

# POSGRADOS

MAESTRÍA EN

---

# ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-30-No.502-2019

OPCIÓN DE  
TITULACIÓN:

PROPUESTAS METODOLÓGICAS Y TECNOLÓGICAS  
AVANZADAS

TEMA:

PROPUESTA DEL PROCESO DE OTORGAMIENTO DE  
CRÉDITO A LAS MIPYMES PARA EMPRENDIMIENTO E  
INVERSIÓN A TRAVÉS DEL BANCO DEL PACÍFICO

AUTORES:

JOHANNA MARICELA CEDILLO MENDOZA

DIRECTOR:

DIANA CRISTINA CALLE RAMÍREZ

CUENCA - ECUADOR

2021

***Autora:***



***Johanna Maricela Cedillo Mendoza***

Ingeniera Comercial

Candidata a Magíster en Administración de Empresas, Mención en Gestión Financiera por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Cuenca.

johanna\_rgb@hotmail.com

***Dirigido por:***



***Diana Cristina Calle Ramírez***

Ingeniero Comercial

Magister en Administración de Empresas

Doctor en Ciencias Administrativas

dcalle@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

DERECHOS RESERVADOS

©2021 Universidad Politécnica Salesiana.

CUENCA – ECUADOR – SUDAMÉRICA

CEDILLO MENDOZA JOHANNA MARICELA

***PROPUESTA DEL PROCESO DE OTORGAMIENTO DE CRÉDITO A LAS MIPYMES  
PARA EMPRENDIMIENTO E INVERSIÓN A TRAVÉS DEL BANCO DEL PACÍFICO***

## RESUMEN

El presente trabajo se enfocó en la propuesta metodológica para el otorgamiento de créditos a las Mipymes, surgió a raíz de que las micro, pequeñas y medianas empresas han atravesado desafíos como la dificultad para acceder a créditos ya que los créditos bancarios son escasos y tienen altas tasas de interés. Las Mipymes son actores importantes en el desarrollo productivo de un país, son responsables de generar empleos e ingresos para un país por su alta participación en el mercado.

Se planteó desarrollar una metodología ajustada a las normativas del Banco del Pacífico, con la finalidad de atender las necesidades del cliente.

La metodología se centró en cuatro procesos que se debe seguir al momento de otorgar un crédito, en el cual se aplica el modelo scoring, que permite ver la capacidad de pago y visualizar las características del cliente al momento de otorgar el crédito a las Mipymes, de esta manera se minimiza el riesgo al momento de aprobar un crédito.

En las encuestas realizadas se pudo constatar que el producto es aceptable, por lo tanto, es viable ponerlo en el mercado. También se pudo comprobar los segmentos de mercados a los cuales se va a dirigir como son las empresas que se dedican a la comercialización de productos y servicios en el Ecuador, también se tomará en cuenta a las empresas que estén dispuestas a emprender en innovación tecnológica.

### **Palabras clave:**

Mipymes, modelo scoring, comercialización, innovación tecnológica, emprender.

## **Abstract**

This work focused on the methodological proposal for granting credit to MSMEs, which arose because micro, small and medium-sized enterprises have faced challenges such as the difficulty of accessing credit because bank loans are scarce and have high interest rates. MSMEs are important actors in the productive development of a country; they are responsible for generating jobs and income for a country due to their high market share.

The proposal was to develop a methodology adjusted to Banco del Pacífico regulations in order to meet the client's needs.

The methodology focused on four processes that must be followed when granting a loan, in which the scoring model is applied, which allows to see the payment capacity and visualize the characteristics of the client when granting credit to MSMEs, thus minimizing the risk at the time of approving a loan.

The surveys conducted showed that the product is acceptable; therefore, it is viable to put it on the market. It was also possible to verify the market segments that will be targeted, such as companies engaged in the commercialization of products and services in Ecuador, and companies willing to undertake technological innovation will also be taken into account.

### **Key words:**

MSMEs, scoring model, commercialization, technological innovation, entrepreneurship.

## Contenido

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	7
<b>1.1 Situación Problemática. Antecedentes</b> .....	7
<b>1.2 Formulación del Problema</b> .....	14
<b>1.3 Justificación Teórica</b> .....	15
<b>1.4 Justificación Práctica</b> .....	16
<b>1.5 Objetivos</b> .....	18
<b>1.5.1 Objetivo General</b> .....	18
<b>1.5.2 Objetivos Específicos</b> .....	18
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	18
<b>2.1 Marco Conceptual</b> .....	18
<b>2.2 Bases Teóricas. Discusión de enfoques de diferentes autores</b> .....	21
<b>2.3 Análisis crítico de las metodologías existentes relacionadas al problema</b> .....	25
<b>3. METODOLOGÍA</b> .....	28
<b>3.1 Unidad de análisis</b> .....	28
<b>3.2 Población</b> .....	28
<b>3.3 Tamaño de muestra</b> .....	29
<b>3.4 Selección de muestra</b> .....	30
<b>3.5 Métodos a emplear ¿Cuál y para qué?</b> .....	30
<b>3.6 Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias y secundarias</b> .....	30
<b>3.7 Técnicas de recolección de datos ¿Cuáles y para qué?</b> .....	31
<b>3.8 Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información</b> ....	32
<b>4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	33
<b>4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados</b> .....	33
<b>4.2 Propuesta Metodológica o Tecnológica</b> .....	42
<b>4.2.1 Premisas y Supuestos</b> .....	51
<b>4.2.2 Objetivo de la propuesta metodológica</b> .....	51

4.2.3	Objetivo de la Propuesta .....	52
4.3	Responsables de la implementación y control .....	52
4.4	Fases para la puesta en práctica .....	52
4.5	Indicadores de evaluación .....	54
5.	CONCLUSIONES .....	55
6.	RECOMENDACIONES .....	56
7.	REFERENCIAS BIOGRÁFICAS .....	57
8.	ANEXOS.....	60
8.1	Ficha de Datos para Créditos Mipymes .....	60
8.2	Encuesta .....	61

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1 Situación Problemática. Antecedentes

Las organizaciones actuales enfrentan retos muy dinámicos que requieren de mayor flexibilidad ante los cambios y una adaptación inmediata a las nuevas reglas del juego que el mercado plantea, para lograr perdurabilidad y sustentabilidad en los negocios.

Los grandes cambios en el entorno (leyes, reformas, tendencias mundiales de la economía, etc.) influyen en la estrategia de las compañías, las direcciones y los colaboradores de la organización desde sus diversos roles se ven desafiados en lograr avanzar hacia el logro de los objetivos y la consolidación del éxito (Readi, 2017).

El desarrollo de nuevos modelos de negocio parte de la generación o identificación de una idea, muy a menudo el éxito de un negocio está dado por transformar la idea en una oportunidad, y esa oportunidad tiene que ser desarrollada o explicada a través de un modelo de negocio que permita y genere un valor para los clientes y para los accionistas, se describe el modelo de negocio como un esquema general que ayude a pensar, planificar y tomar decisiones, se cree que al abrir la puerta del negocio los clientes llegarán, esta es una forma muy tradicional de los emprendedores (Barrios, 2017).

Las Instituciones Financieras son organizaciones que prestan servicios financieros a sus clientes; especializadas en la acumulación de capitales y prestación de servicios financieros a los diferentes agentes económicos de la sociedad. Las instituciones financieras facilitan el flujo de dinero a través de la economía, esto permite que los ahorros colocados sean utilizados para proporcionar fondos para préstamos futuros.

Básicamente estos establecimientos deben captar el dinero que surge como excedente de los ahorradores, quienes han atesorado este capital y desean obtener un beneficio financiero, por esta razón colocan en una inversión que les proporcione una ganancia, la misma depende del tiempo y tasa de interés que se fije.

Todas las instituciones financieras son vigiladas por el estado y ofrecen una diversidad de productos y servicios a distintas tasas de interés que son supervisadas y controladas.

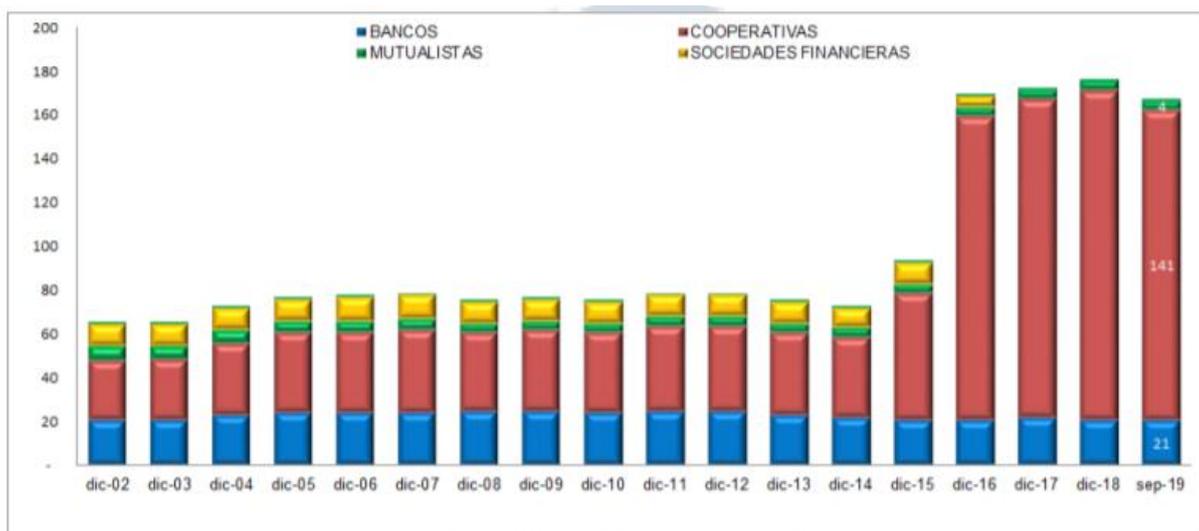
## Sistema Financiero Ecuatoriano

Superintendencia de Bancos y seguros del Ecuador define al sistema financiero como: “el conjunto de instituciones cuyo objetivo en común es canalizar el ahorro de las personas. Esta canalización de recursos contribuye al desarrollo de la economía (producción y consumo), para ello los fondos llegan de aquellas personas que tienen un excedente en sus recursos monetarios y van hacia las personas que buscan estos recursos, de tal manera que se redistribuya el flujo de dinero. Los intermediarios financieros son los encargados de captar estos depósitos y ponerlos a disposición de los demandantes de los mismos”. (Superintendencia de bancos, 2020)

En Ecuador las instituciones financieras ofrecen los siguientes tipos de créditos:

- ✚ **CRÉDITO DE CONSUMO:** Es el otorgado a personas naturales, propuesto para la adquisición o comercialización de automóviles livianos de combustible fósil.
- ✚ **CRÉDITO DE CONSUMO PRIORITARIO:** Es el conferido a personas naturales, consignado a la adquisición de bienes, servicios o gastos no relacionados con una actividad económica, productiva.
- ✚ **CRÉDITO EDUCATIVO:** Otorgadas a personas naturales para sus estudios o formación profesional o técnica, pueden ser de pregrado o posgrado en el exterior o en el mismo país.
- ✚ **MICROCRÉDITO:** Es otorgado a una persona natural o jurídica con un nivel de ventas anuales inferior o igual a 100000.00, destinado a financiar actividades de comercialización.
- ✚ **CRÉDITO DE VIVIENDA:** Es el otorgado a personas naturales con garantía hipotecaria, para la adquisición de una vivienda.

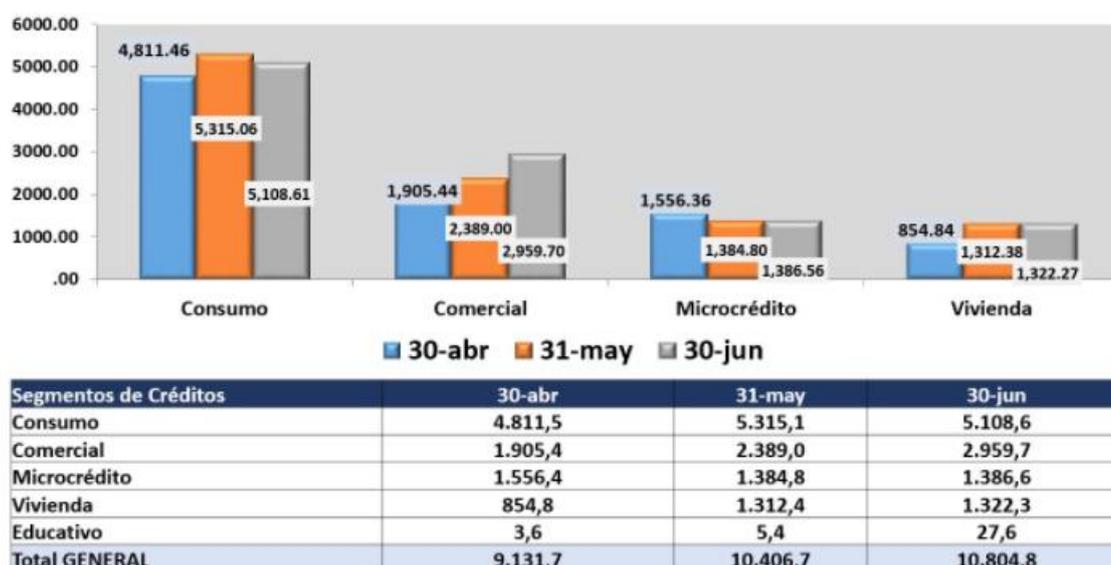
**Gráfico 1: Crédito de Consumo Ecuatoriano**



Fuente Superintendencia de Bancos

La importancia que se ha logrado a través del tiempo del crédito de Consumo ve reflejado en el número de entidades que financian este segmento. En Septiembre 2019, 21 (87,50%) de 24 Bancos Privados otorgaron créditos de consumo; de 142 COAC's de los Segmentos 1, 2 y 33, 141 (99,30%) financiaron este sector; el 100% de las Mutualistas (4) entregaron estos créditos; y 1 (33,33%) de 3 Entidades Públicas vigentes otorgaron créditos de consumo. A nivel del SFN, se determina que 167 (96,53%) de un total de 173 entidades financieras, otorgaron créditos de consumo. (Superbancos, 2020).

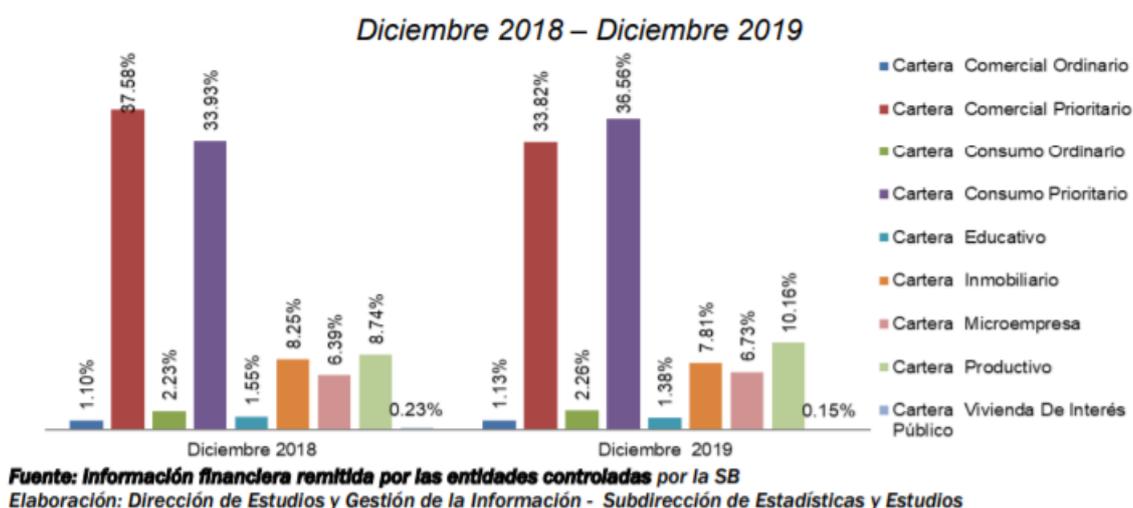
**Gráfico 2: Diferimiento – Segmentos de créditos – Banca Privada – Millones USD**



Fuente: Superintendencia de Bancos 2020

Como podemos visualizar en el gráfico el Sistema de Bancos Privados ofrece créditos de consumo, comercial, microcrédito, vivienda y educativo. El mayor índice se produjo en los créditos Comerciales con un 47.28%; mientras que en Comercial y Microcrédito los índices son de 27.39% y 12.83%, respectivamente.

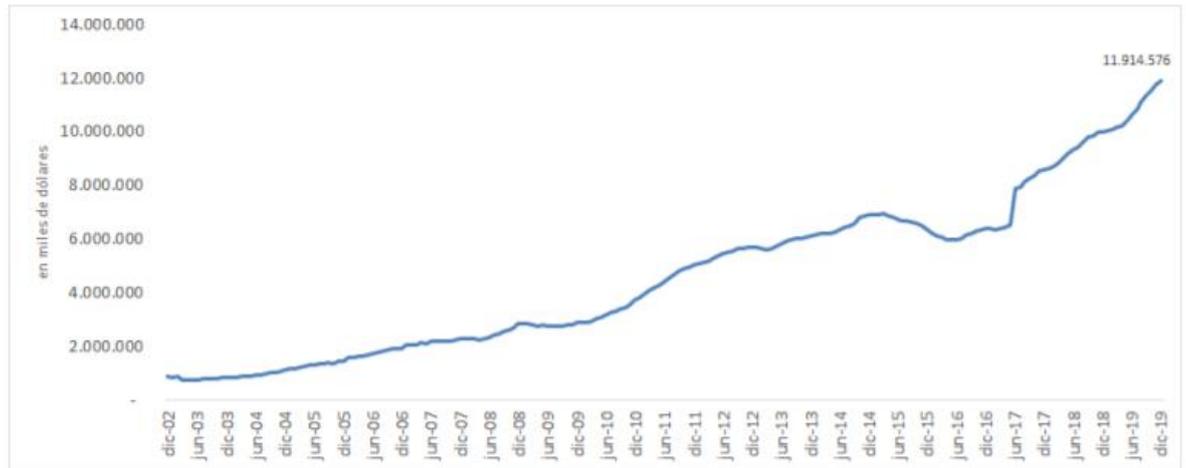
**Gráfico 3: Cartera Bruta por tipo de crédito**



Las operaciones activas para la cartera productiva comercial y microcrédito fue 800.11 mil en diciembre 2018 y 856.77 mil en diciembre 2019; las operaciones con

calificaciones C, D y E fueron 137.08 mil en el 2018 y 146.91 mil en el 2019, es decir las operaciones que no están calificadas como A (riesgo normal) y B (riesgo potencial) representaron en promedio el 25.84% y 29.30% del total de créditos comerciales respectivamente, y en relación a la cartera de microcrédito pasó del 15.22% al 15.03% entre diciembre de 2018 y diciembre de 2019 (Superbancos, 2020).

**Gráfico 4: Crédito de consumo**



Fuente Superintendencia de Bancos

Como podemos visualizar en la proyección el crédito de consumo al cierre del 2019 es de USD 11.914.576 que representaría un incremento de 19,32% respecto al año anterior.

El Banco Central proveen los agentes económicos, información oportuna de las tasas de interés efectivas referenciales para las operaciones activas y pasivas de las instituciones del Sistema Financiero Nacional, de acuerdo con las resoluciones expuestas por la Junta de Política y Regulación Monetaria y Financiera relacionadas con el Sistema de Tasas de Interés.

**Tabla 1: Segmentos de crédito**

SEGMENTOS	ago-07	sep-07	dic-07	dic-08	jun-09	dic-09	dic-10	dic-11	dic-12	dic-13	dic-14	ago-15	oct-15	dic-15	dic-16	dic-17	dic-18	sep-19	
<b>TASAS ACTIVAS REFERENCIALES</b>																			
Consumo	21,00%	17,82%	18,00%	15,76%	15,38%	17,94%	15,94%	15,91%	15,91%	15,91%	15,96%								
Consumo Minorista		25,92%	21,23%	18,55%										16,04%	16,00%	16,89%	16,48%	16,62%	16,74%
Consumo Prioritario														16,22%	16,21%	16,77%	16,70%	16,63%	16,26%
Consumo Ordinario																			
<b>TASAS ACTIVAS MÁXIMAS</b>																			
Consumo	32,27%	24,56%	22,45%	16,30%	18,92%	18,92%	16,30%	16,30%	16,30%	16,30%	16,30%								
Consumo Minorista		37,27%	30,67%	21,24%															
Consumo Prioritario														16,30%	16,30%	17,30%	17,30%	17,30%	17,30%
Consumo Ordinario														16,30%	16,30%	17,30%	17,30%	17,30%	17,30%

Fuente: Banco Central

Resolución No. 603-2020-F- Son pautas que regularizan la fijación de las tasas de interés activas, efectivas y máximas, dependiendo de los segmentos de crédito y las tasas de interés, conforme al siguiente detalle:

✚ Para Crédito Productivo se establecen las siguientes tasas:

- a. Productivo Corporativo: 9.33%
- b. Productivo Empresarial: 10.21%
- c. Productivo PYMES: 11.83%

✚ Para Microcrédito se establecen las siguientes tasas:

- a. Microcrédito Minorista: 28.50%
- b. Microcrédito de Acumulación Simple: 25.50%.
- c. Microcrédito de Acumulación Ampliada: 23.50%

✚ Para Crédito Inmobiliario se establece la siguiente tasa: 11.33%

Para Crédito de Vivienda de Interés Social y Público se establecen las siguientes tasas:

- a. Vivienda de Interés Social: 4.99%
- b. Vivienda de Interés Público: 4.99%

✚ Para Crédito de Consumo se establece la tasa del 17.30%

✚ Para Crédito Educativo se establece la siguiente tasa: 9.50%

- a. Educativo Social: 7.50%

✚ Para el Crédito de Inversión Pública se establece la tasa de 9.33%

En la Actualidad muchas personas tienen el sueño de crear su propio negocio y dar empleo, fortalecer o hacer crecer su negocio, pero no llevan a cabo sus sueños porque es difícil o no

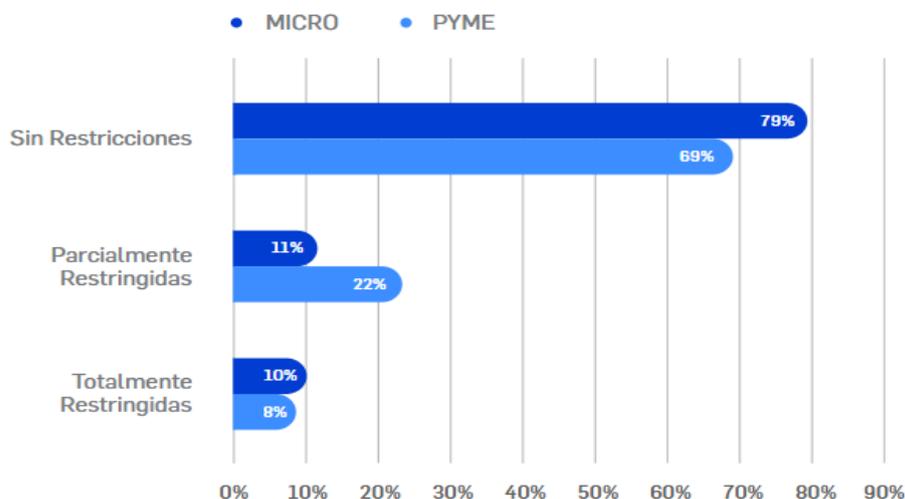
tienen los recursos necesarios. Algunas instituciones financieras no ofrecen este tipo de crédito porque les resulta muy riesgoso por esta razón son altas las tasas de interés.

### **Instituciones Financieras Internacionales**

Las micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme) comprenden el 99,5% de las empresas, el 60% de la población empleada y aproximadamente el 25% del producto interno bruto (PIB) en América Latina y el Caribe (ALC). A pesar de su importancia social y económica, las mipyme han tenido grandes dificultades para acceder al crédito, incluso antes de que la pandemia de Covid-19 azotara al mundo (Herrera, Banco Interamericano de Desarrollo, 2020)

De acuerdo con la encuesta efectuada por MSME Finance Gap (CFI, 2019), la demanda total del financiamiento a las mipyme alcanza los US\$2.150 millones, mientras que la oferta total de fondos de las instituciones financieras es cerca de US\$347.000 millones, de acuerdo con los datos del 2017. En otras palabras, la brecha financiera para las mipyme de la región es 5,2 veces la oferta actual.

**Gráfico 5: Porcentaje de mipyme con limitaciones financieras en América Latina y el Caribe, por tamaño 2017**



Fuente: CFI 2019

Estos datos nos permiten ver que las mipyme formales tienen una demanda potencial de US\$1.400 millones, equivalente al 27% del PIB regional. En términos referente al tamaño de la empresa, los datos nos demuestran que aproximadamente el 22% de las microempresas se vieron restringidas contra el 31% de las pequeñas y medianas empresas (pyme). Estos datos nos muestran la necesidad de financiamiento para las mipyme en la región.

Existen pocas opciones de financiamiento para las mipyme de la región más allá del sector bancario formal. Una alternativa sería los mercados de capitales. Sin embargo, a excepción de Brasil, Jamaica, Perú y, más recientemente, Colombia, no existen bolsas ni mercados junior en la región. Sin embargo, los mercados de capitales de ALC carecen de profundidad y liquidez en lo que respecta a las mipyme. (Herrera, Banco Interamericano de Desarrollo, 2020)

Las mipyme tienen varias características que impiden su acceso al financiamiento en la región ALC (Banco Interamericano de Desarrollo, 2017). Las principales barreras identificadas fueron: la falta de un inmueble físico o una garantía de compromiso, la falta de una empresa solidaria o garante, la baja formalización de la empresa y las bajas calificaciones crediticias. Asimismo, la inexistencia o inadecuación de leyes sobre garantías móviles, la falta de un registro de garantías y la falta de fondos de garantía exacerban estas barreras.

La informalidad de las mipymes afecta el costo de los préstamos, ya que estas pagan altas tasas de interés a comparación de las tasas fijadas en el sistema financiero. Las mipyme de la región de ALC eligen la informalidad, lo que limita la cantidad de información que pueden obtener los prestamistas y otras contrapartes. Esto incrementa el costo del financiamiento, por lo que el sector financiero cobra altas tasas o niega el acceso a los servicios financieros.

En países como España, más del 80% de las empresas informó tener dificultades para acceder al financiamiento.

En vista de la importancia de las mipyme en las economías de ALC, la mayoría de los países de la región han implementado medidas específicas para apoyarlas. Casi todos los bancos centrales de la región están disminuyendo las tasas de interés y los requisitos de reserva legal o inyectando liquidez mediante la compra de instrumentos de deuda (bonos) públicos y privados. Algunos también han apoyado líneas especiales de crédito a instituciones financieras para financiar y refinanciar a las pymes afectadas por la pandemia.

## **1.2 Formulación del Problema**

Las micro, pequeñas y medianas empresas que representa el 99% del total de empresas en Ecuador, han atravesado diferentes desafíos entre ellos la dificultad de acceder a créditos para su crecimiento, ya que muchas empresas comienzan como emprendimientos informales y no cuentan con los requisitos ejemplo estar legalmente constituidas, porque no cuenta con

garantías, también por falta de oferta financiera o por falta de políticas que fomenten el emprendimiento de las MIPYMES.

El Banco del Pacífico, “es una institución financiera que está comprometida en el desarrollo del país con responsabilidad social mediante innovación digital y un modelo de negocio que genere una oferta oportuna y competitiva de productos y servicios financieros de excelente calidad” (BdP, 2021); y con el objetivo de ampliar su portafolio de productos y servicios financieros, pretende ofertar al mercado un crédito para las MIPYMES, ya que creen que los emprendedores de hoy, son quienes saben identificar oportunidades para cambiar el mundo y transformar sueños. Sin embargo, al momento no cuenta con una metodología que establezca lineamientos o parámetros para el otorgamiento de dicho crédito.

### **1.3 Justificación Teórica**

Las empresas grandes no se comen a las pequeñas o las veloces a las lentas, hoy por hoy no se habla de la supervivencia de los más fuertes sino de los más inteligentes.

De acuerdo con el Global Entrepreneurship Monitor GEM Ecuador 2019-2020, Ecuador es el país de América Latina con el índice más alto de actividad emprendedora temprana, el 28.9% de la población adulta de Ecuador manifiesta emprender de forma independiente y otro 7.3% necesita emprender con algún tipo de patrocinio.

Banco del Pacífico se ha preocupado por promover el desarrollo del país, mostrando solidez y solvencia permitiendo que se aprovechen oportunidades de negocio. La situación actual que atraviesa nuestro país Ecuador, genera gran incertidumbre y preocupación de toda la población, la falta de empleo lleva a las familias a generar estrategias para su supervivencia lo que les ha hecho que hagan emprendimientos, incrementando el comercio formal, informal, por lo cual hay una creciente necesidad de acceder a créditos del sistema financiero, pero en la actualidad las instituciones financieras que apoyen y ofrezcan un crédito para su emprendimiento, o para invertir les dan a altas tasas.

Las MiPymes son actores importantes para el desarrollo productivo de un país, son responsables de generar empleos e ingresos para un país por su alta participación en el mercado.

Sin embargo, presentan muchas barreras como la falta de financiación, ya que los créditos bancarios son escasos y tienen altas tasas de interés.

A través de la historia se visualiza a grandes empresas que hoy en día se encuentran posicionadas en el mercado mundial tales como: Microsoft, Apple, Ford, entre otras; que nacieron de pequeñas inversiones y rápidamente lograron cubrir las necesidades del mercado (Chavez, 2018).

Con estos argumentos podemos ver que los emprendedores y empresas demandarán un producto financiero que les permita crecer en el mercado y convertirse en grandes empresas, y así reducir el comercio informal.

La entidad Financiera que aborde ese reto debe implementar una metodología adecuada para el otorgamiento de créditos, permitiendo verificar que los recursos invertidos en este segmento tengan el retorno esperado y se pueda mitigar el riesgo en el proceso.

La implementación de la metodología para el otorgamiento de crédito a las MiPymes en el Banco del Pacifico permitirá:

- ✚ Evaluar si es factible ofrecer este nuevo producto
- ✚ Analizar y minimizar el riesgo al otorgar este tipo de créditos
- ✚ Conocer las características de la solvencia del prestatario.
- ✚ Desarrollar estrategias para analizar la competencia, mercado dentro del sector que vamos a desarrollar este producto.

El propósito de este proyecto es implementar una metodología que permita analizar cuáles son las oportunidades y riesgos de los préstamos bancarios a las MiPymes que asumiría el Banco del Pacífico al otorgar un crédito especialmente para estas empresas.

#### **1.4 Justificación Práctica**

El Banco del Pacifico está comprometido con el desarrollo del país, con un modelo de negocio que genere la oferta oportuna y competitiva de productos y servicios financieros de excelente calidad.

Banco del Pacífico concibe la Responsabilidad Social Corporativa como un modelo de gestión capaz de conocer las necesidades de sus grupos de interés, manejar los riesgos socioambientales y generar valores tangibles, con el propósito de obtener sostenibilidad, alcanzar la perdurabilidad de la Institución, el bienestar de la comunidad y la conservación del medioambiente. Implementando ejes estratégicos de la sostenibilidad como:

- ✚ Garantizar la seguridad del cliente y la confidencialidad de la información de los clientes.
- ✚ Liderar el mercado con los mejores estándares de atención y calidad del cliente.
- ✚ Ofrecer un asesoramiento responsable de acuerdo con las necesidades de los clientes.
- ✚ Desarrollar habilidades digitales de los grupos de interés.

Es decir, debido a los cambios en el entorno, las tendencias de consumo y la aparición de clientes que están cambiando la forma en cómo quieren ser atendidos, con lo cual se busca una transformación en la organización. Con la captación de nuevos clientes, servicios que ofrece e inclusive su portafolio es manejado en base a criterios éticos, vinculación con la comunidad y cuidado; preservando el medio ambiente. e implementación de criterios estratégicos en la empresa.

Pensando en el bienestar de sus clientes pretende ampliar su portafolio creando un nuevo producto, con alta tecnología de calidad, buscando un nuevo nicho para retener y captar nuevos clientes, para ofrecer un producto de acuerdo con los requerimientos y las necesidades de los diferentes clientes. Por esta razón se realizará la inclusión de un crédito para las Mipymes dirigido a los emprendedores, debido a la alta competitividad que existe en el mercado. Lo cual le permitirá competir ante un mercado que cada vez es más exigente.

El Banco cree en los emprendedores de hoy, quienes saben identificar nuevas oportunidades y transformar los sueños. Con este nuevo producto a las empresas grandes, medianas, pequeñas y micro, les permitirá contar con una liquidez inmediata para usar como capital para invertir o adquirir activos fijos que les posibilita a ser más competitivos en el mercado y seguir creciendo. Se autorizará financiar actividades relacionadas con el comercio.

## 1.5 Objetivos

### 1.5.1 Objetivo General

Diseñar una propuesta de crédito a las MIPYMES para el emprendimiento, financiamiento de la producción, construcción y adquisición a mediano y largo plazo a través del Banco del Pacífico.

### 1.5.2 Objetivos Específicos

- ✚ Analizar la viabilidad de la oferta de este nuevo servicio.
- ✚ Identificar los principales segmentos de negocio que generen valor para cada tipo de emprendimiento.
- ✚ Estructurar un manual de procedimientos para el otorgamiento de créditos a Pymes

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1 Marco Conceptual

Es importante conocer los conceptos que engloban este estudio para lo cual se detallaran los más importantes:

**2.1.1 Sistema Financiero:** Puede definirse como el conjunto de instituciones, medios y mercados cuyo fin primordial es canalizar el ahorro que generan los agentes económicos con capacidad de financiación hacia aquellos otros que, en un momento dado, tienen necesidad de financiación. “La función del sistema financiero consiste en canalizar el ahorro que generan las unidades económicas con superávit hacia el gasto de las unidades económicas con déficit.” (Castillo, Montero, & Montilla, 2013)

**2.1.2 Crédito:** Un crédito es una operación de financiación donde una persona llamada ‘acreedor o la institución financiera (normalmente una entidad financiera), presta una cierta cifra monetaria a otro, llamado ‘deudor’, quien, a partir de ese momento,

garantiza al acreedor que retornará esta cantidad solicitada en el tiempo previamente estipulado más una cantidad adicional, llamada intereses. (Montes Javier, 2020)

### 2.1.2.1 Tipos de Crédito

✚ **Crédito al consumo:** es el que otorga una empresa o institución financiera para fines no empresariales. El cliente que lo recibe o deudor, lo emplea para la adquisición de bienes de consumo perdurables (electrodomésticos, automóviles, etc.) o para cubrir el pago de determinados servicios. En ocasiones, las mismas cadenas comerciales ofrecen este tipo de créditos, a través de sus tarjetas de compra, a los clientes.

✚ **Crédito comercial:** Este tipo de préstamo, generalmente es a corto plazo, destinado a las empresas de acuerdo con su tamaño para que estas lleven a cabo el pago de bienes y servicios necesarios para su funcionamiento. Las cuentas por pagar a los proveedores establecen una forma de crédito comercial, en la que actúan como acreedores. La financiación que las compañías comerciales consiguen de los bancos, también llamada crédito bancario, es otra clase de préstamo con fines empresariales.

**2.1.3 Crédito hipotecario:** es el préstamo que una entidad financiera concede para la compra de una vivienda o un terreno, a cambio de que la propiedad obtenida permanezca como garantía, mediante una hipoteca, del pago de la deuda. Es decir, el valor de la vivienda que se adquiere sirve para respaldar el propio préstamo utilizado para comprarla, ya que, en caso de impago, el inmueble pasa a ser propiedad de la entidad financiera acreedora.

**2.1.4 PYMES:** Son el conjunto de pequeñas y medianas empresas, que se caracterizan de acuerdo con el número de trabajadores, volumen de ventas, años en el mercado, y sus niveles de producción, activos, pasivos (que representan su capital), sus procesos de crecimiento son similares.

Las PYMES en la economía nacional muestran sus fortalezas en 4 aspectos:

✚ **Contribución a la economía:** las PYMES representan sobre el 90% de las unidades productivas, que dan el 60% de empleos, participan en el 50% de la producción, y generan casi el 99% de los servicios que un ecuatoriano usa en

un día (por ejemplo: tienda, almuerzos, copias, cybers, buses, etc.). (Carrillo, 2019)

- ✚ Capacidad de adaptación: Al no contar con muchos trabajadores, las PYMES disponen de estructuras organizacionales que se adhieren más rápidamente a los cambios de la economía.
- ✚ Innovación: las PYMEs ecuatorianas han descubierto un sin número de emprendimientos y han alcanzado a exportar sus productos a mercados extranjeros gracias a la flexibilidad laboral de ser emprendedor. La mayor cantidad de innovaciones tecnológicas ha sido desarrollada por PYMES.
- ✚ Distribución de ingresos: en las PYMES del país, los cargos gerenciales tienen sueldos parecidos a los del resto de los trabajadores de la empresa, a diferencia de los cargos gerenciales de una gran empresa (donde un Gerente General gana cientos de veces más que un empleado promedio), y esta peculiaridad de las PYMEs ayuda a una mejor redistribución de la riqueza de una economía.

**2.1.5 Emprendimiento:** “La función de los emprendedores es reformar o revolucionar el patrón de producción al explotar una invención, o más comúnmente una posibilidad técnica no probada, para producir un nuevo producto o uno viejo de una nueva manera; o proveer de una nueva fuente de insumos o un material nuevo, o reorganizar una industria” (Joseph Shumpeter, 2007).

**2.1.6 Cliente:** Es la persona que está facultada para transaccionar los productos y servicios que ofrece la institución bancaria. El cliente es una parte fundamental en la empresa porque todos los planes, estrategias de marketing deben ir enfocados en él.

**2.1.7 Fábrica de crédito:** Es un modelo de procesamiento de crédito que nos permite agilizar, organizar y estandarizar los procesos para el otorgamiento de crédito, asegurar la calidad de la información para el respectivo análisis del crédito y es responsable de precalificar y calificar las operaciones de crédito de la institución bancaria.

**2.1.8 Riesgo de crédito:** Es la posibilidad de sufrir una pérdida debido al incumplimiento de las obligaciones acordadas con la institución bancaria.

**2.1.9 Scoring de crédito:** Es un sistema de evaluación que permite, a partir de un conjunto de variables cualitativas y cuantitativas, predecir la probabilidad de pago de un deudor.

**2.1.10 Otorgamiento de crédito:** Es un proceso en el cual se analiza la información entregada del solicitante, en el que se establecen las condiciones, políticas y el desembolso de las operaciones de crédito.

**2.1.11 Sujetos de crédito:** Persona Jurídica o persona natural que después de un análisis de sus ingresos y egresos por parte de la institución financiera es calificado para concederle un crédito.

**2.1.12 Definición de Procesos:** Es un conjunto de etapas (planificación, organización, ejecución y control), cuya finalidad es conseguir los objetivos de una empresa o organización de la forma más eficiente posible. (Henry Fayol, 1916)

**2.1.13 ISO 9001:** Es una norma ISO internacional, que se aplica a los Sistemas de Gestión de Calidad de organizaciones públicas y privadas, independientemente de su tamaño o actividad empresarial. Se trata de un método de trabajo excelente para la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente.

**2.1.14 Microcrédito:** Es una modalidad de financiamiento que se caracteriza por prestar cantidades reducidas de capital para impulsar proyectos productivos de las pymes en los distintos sectores de la economía en producción, servicio y comercio.

## **2.2 Bases Teóricas. Discusión de enfoques de diferentes autores**

Este estudio se fundamenta la mitigación del riesgo de crédito a través un proceso en el cual permita realizar un análisis, evaluación y aprobación de operaciones de crédito y por otro lado la administración de la cartera que nos permite visualizar el crecimiento de la institución financiera.

Según González (González, 2001) manifiesta: “Investigación de mercado consiste en la recopilación, análisis e interpretación de información relevante para el conocimiento de un mercado”.

El autor Zikmund (Zikmund, 1998) manifiesta: “La investigación de mercados es la aplicación del método científico en la búsqueda de la verdad acerca de los fenómenos de marketing. Estas actividades incluyen la definición de oportunidades y problemas de marketing, la generación y evaluación de ideas, el monitoreo del desempeño y la comprensión del proceso de marketing. Dicha investigación es más que la mera aplicación de encuestas. Este proceso incluye el desarrollo de ideas y teorías, la definición del problema, la búsqueda y acopio de información, el análisis de los datos, y la comunicación de las conclusiones y sus consecuencias”.

Según Holguín, (Holguin,2017) manifiesta: “Empresa es una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad.

(Koontz, 2017) afirma que: “La empresa es la unidad básica de producción, es decir un conjunto sistemático de recursos humanos, financieros, técnicos y de información que le permiten participar activamente en el proceso económico de la sociedad”.

Se entiende por empresa a una entidad formada por personal capacitado, con una misma visión que se desenvuelven en conjunto con la finalidad de cumplir los objetivos, metas propuestas, y así obtener rentabilidad económica o social, a través de la producción de servicios o productos. En nuestro entorno existen empresas grandes, medianas, pequeñas y microempresas.

Existen diferentes puntos de vista que se utilizan para determinar el tamaño de las empresas, estos van desde el número de empleados, el tipo de industria, el sector de actividad, el valor anual de ventas, etc. Sin embargo, e indistintamente el criterio que se utilice, las empresas se clasifican según su tamaño en:

- ✚ Grandes Empresas: si posee 250 o más trabajadores.
- ✚ Medianas Empres: si tiene un número entre 50 y 250 trabajadores.
- ✚ Pequeñas Empresa: si tiene un número entre 10 y 49 trabajadores.
- ✚ Microempresas: si posee menos de 10 trabajadores.

Según el autor Enríquez (Enriquez, 2015) “Las pymes son unidades empresariales, pequeñas y medianas, formales en lo legal y fuentes generadoras de empleo dependiendo de su dimensión; tienen características propias que determinan su tamaño, como son el número de trabajadores, el volumen de ventas, cantidad de activos, capital social y el nivel de producción”.

Las pymes tienen gran importancia a nivel regional de América, en Ecuador son las que más cantidad existe superando a las consideradas grandes, aunque a pesar de estos los ingresos que manejan o generan las consideradas grandes la superan.

Según Sara Tello (Tello, 2014) “Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) son actores importantes en el desarrollo productivo de los países de América Latina por su contribución a la generación de empleo, su participación en el número total de empresas y, en menor medida, por su peso en el producto bruto interno. Su producción está mayormente vinculada con el mercado interno, por lo que una parte significativa de la población y de la economía de la

región dependen de su actividad. Al mismo tiempo, a diferencia de lo que ocurre en los países más desarrollados, la participación de las PYME en las exportaciones es bastante reducida como resultado de un escaso desempeño en términos de competitividad, que también se expresa en la marcada brecha de productividad respecto de las grandes empresas”

Según (Tello, 2014) “Uno de los grandes problemas que padecen las MYPE es el acceso al crédito. El financiamiento es importante para fortalecer el crecimiento y desarrollo de las microempresas. En nuestro país, el problema se agudiza porque la microempresa no cuenta con garantías que respalden su crédito, o porque las altas tasas de intereses hacen que el crédito se encarezca más”

Según Ludwing (Ludwing,1936), “un crédito en sentido económico significa el cambio de un bien o servicio presente por un bien o servicio futuro”

Villegas nos dice del crédito (Villegas, 1988), que es “como la transferencia momentánea de poder adquisitivo a cambio de una promesa de reembolsar económicamente éste, más los intereses correspondientes en un plazo determinado y en la unidad monetaria convenida con anticipación “

El Autor Cabrera considera la evaluación para poder otorgar un crédito para un emprendimiento los siguientes aspectos (Cabrera, 2017).

- ❖ Descripción del negocio: El principal requisito para la aprobación de un crédito, trata de dar a conocer a detalle, todos los factores, capacidades, oportunidades y amenazas de la posible empresa, número de posibles empleos y demás operaciones que se llevarían a cabo una vez ejecutado el proyecto.
- ❖ Condición financiera; las instituciones financieras evalúan los indicadores de rentabilidad por medio de los estados de resultados proyectados y flujos de caja.
- ❖ La condición fiscal; los respectivos cálculos y cumplimientos de obligaciones fiscales, mediante el registro formal y tipos de pago, presentados en el informe del proyecto. Todos los puntos mencionados anteriormente, pueden llegar a aumentar las posibilidades de un emprendedor para obtener un crédito, puesto que las instituciones financieras deben estar seguros de que el proyecto analizado, será rentable y que el emprendedor tenga claro las obligaciones y formas en sus respectivos pagos.

Según Cabrera (Cabrera, 2017), “un crédito representa un beneficio para los pequeños y medianos negocios, debido a que ayudan a crearlos, modernizarlos, mejorar su infraestructura y cubrir costos y pagos imprevistos”

El autor Felix Gómez (Gomez, 2019) “Los criterios de selección para otorgar créditos son fundamentalmente el análisis de la información disponible; así como, las características de las empresas que operan en el mercado. La tendencia es que el financiamiento recuperado por las pymes proviene de los bancos públicos; ya que constituyen una herramienta eficaz para financiar a sectores con poco acceso al crédito, corregir fallas del mercado y en épocas donde el sector privado suele replegarse, mantener los préstamos y ayudar a que el motor de la economía continúe encendido. Adicionalmente, solicita una garantía para asegurar el préstamo, el solicitante carece de garantía; una vez, otorgado el préstamo es invertido en su negocio, sin embargo, el cliente no tiene el conocimiento financiero o administrativo para invertir el préstamo de manera exitosa, aunado a ello, la alta tasa tanto de interés como de morosidad de los préstamos a las pymes aumenta su riesgo, lo que se traduce en menor financiamiento a este tipo de empresas”.

“La escasa disponibilidad de instrumentos financieros adecuados a las necesidades de las medianas, pequeñas y microempresas (en plazos y tasas), así como las dificultades que tienen para ser sujetos de crédito, lleva a que estas empresas dependan demasiado de sus propios recursos y del financiamiento de proveedores, tanto para el funcionamiento corriente del negocio como para los proyectos de expansión o reconversión. El problema de financiamiento es más grande cuando se trata de la creación de nuevos proyectos empresariales” (Banco Interamericano de Desarrollo, 2002).

Según Press (Press, 1978) “El riesgo de crédito como la pérdida potencial debida a la incapacidad de la contraparte de cumplir sus obligaciones, esto lleva a la necesidad de cuantificar dicha pérdida. La pérdida esperada puede definirse entonces como el monto de capital que podría perder una institución como resultado de la exposición crediticia en un horizonte de tiempo dado”.

Según (Torres, 2006), el análisis de crédito es un estudio que se hace con el fin de conocer y presentar los factores que posibilitan o que impiden la recuperación normal del dinero que solicita una persona o empresa, es realizado por una entidad financiera, con ello se busca evaluar la naturaleza y extensión del riesgo, debido a que en ocasiones se da la posibilidad de que no se puedan recuperar dichos valores o que se demore su cancelación.

## 2.3 Análisis crítico de las metodologías existentes relacionadas al problema

Como se puede ver en el marco teórico, las entidades bancarias han establecido sus propias metodologías para analizar, evaluar y aprobar las operaciones crediticias, también para la mitigación del riesgo crediticio que proporciona otorgar créditos. Este trabajo se orienta en crear una metodología para el otorgamiento de crédito a las MIPYMES, a través, de fábrica de crédito que nos asegura la calidad de la información para el respectivo análisis del crédito y es responsable de precalificar y calificar las operaciones de crédito de la institución bancaria.

**2.3.1** Las 5 “C”: Es una técnica que nos permite recopilar los datos para evaluar un crédito, respaldada por un grupo de Políticas establecidas por las Instituciones Financieras. Nos permite visualizar a los sujetos de crédito si cumplen las obligaciones contraídas.

- ❖ **Carácter:** Historial crediticio de un sujeto de crédito. Nos muestra la solvencia y la honestidad del cliente.
- ❖ **Capacidad** Evalúa la capacidad de pago o la tasa de interna de retorno que pueda tener el deudor. Podemos visualizar ingresos y flujos financieros de los solicitantes.
- ❖ **Capital:** Es el Patrimonio del solicitante como su activo, pasivo, recursos propios e ingresos.
- ❖ **Colateral:** Son garantías personales que dan mayor seguridad al prestamista, minimizando el riesgo que pueda presentarse situaciones que impidan cumplir con los compromisos adquiridos.
- ❖ **Condiciones:** Es el seguimiento que debe dar los banco a los constantes cambios en el ámbito económico social y en la influencia en el cual opera el prestamista.

Este modelo se va a usar en presente trabajo porque nos permite evaluar, analizar las características de solvencia del prestatario antes de concederle un préstamo. Con esto decidirá si cumple todos los parámetros antes de otorgarle un crédito y medir el nivel de riesgo que se considere aceptable para este tipo de créditos.

**2.3.2 5 Fuerzas de Porter:** Según Porter, si no se cuenta con un plan perfectamente elaborado, no se puede sobrevivir en el mundo de los negocios de ninguna forma; lo que hace que el desarrollo de una estrategia competente no solamente sea un mecanismo de supervivencia, sino que además también de acceso a un puesto importante dentro de una empresa y le permita conseguir lo que soñó. (Michael Porter, 2008).

El modelo es holístico, es decir que considera algo como un todo, en este caso el mercado como un todo.

- ❖ **Poder de negociación de los clientes:** Se refiere a la capacidad del cliente o parte compradora para negociar el precio de un producto o servicio.
- ❖ **Poder de negociación de los Proveedores:** La exclusividad del producto o servicio que se percibe del proveedor. Estrategias de poder como comprar al proveedor, alianzas estratégicas que incluyen exclusividad del proveedor.
- ❖ **Amenaza de nuevos competidores:** Permite detectar empresas con las mismas características económicas o productos similares en el mercado. Depende de 6 barreras como: la economía de escalas, la diferenciación, el requerimiento de capital, el acceso de canales de distribución o ventajas de los costos independientes.
- ❖ **Amenaza de productos sustitutos:** Es un bien que puede ser consumido en lugar de otro, de manera que es una opción por considerar por el cliente. Existe varios productos sustitutos que son de baja rentabilidad.
- ❖ **Rivalidad entre competidores:** Las empresas puede competir directamente con otras empresas que ofrecen el mismo producto o servicio. En la que ambas empresas usan estrategias efectivas para llevar a cabo sus proyectos y la forma en la que emplea su imaginación para poder superar a las demás empresas de su competencia.

El modelo de las 5 Fuerzas de Porter nos permite desarrollar estrategias de negocio, especialmente de diferenciación al poder canalizar a nuestra competencia, de esta

manera, estaremos pendientes de los que suceda en el mercado y podremos reaccionar de forma adecuada a lo que haga nuestra competencia.

**2.3.3 ISO 9001:** Es una norma internacional, que se emplea en los Sistemas de Gestión de Calidad de las empresas tanto públicas como privadas, independientemente de su tamaño o actividad económica. Se trata de un procedimiento que la mejora de la calidad de los productos y servicios, así como de la satisfacción del cliente.

- ❖ Se trata de tener en cuenta y analizar el entorno socioeconómico de la empresa y los vínculos existentes con los stakeholder (internos y externos). Este análisis proporcionará la identificación de problemas y necesidades que puedan generar un impacto en la planificación del Sistema de Gestión de la Calidad.
- ❖ El enfoque en procesos sigue siendo parte importante de la norma ISO 9001, permitiendo así a las organizaciones planificar sus procesos; este enfoque incorpora el ciclo PHVA e integra el pensamiento basado en riesgos.
- ❖ Planificar-Hacer-Verificar-Actuar (PHVA). Cada proyecto, misión, proceso y actividad deben de ser tratadas con este método, permitiendo a las organizaciones certificar por un lado de que sus procesos cuentan con recursos y sean gestionados adecuadamente y por otra parte de que las oportunidades de mejora sean determinadas y de que se actúe en consecuencia.

Estructura de la ISO 9001:2015:

- ❖ Alcance
- ❖ Referencias Normativas
- ❖ Términos y Definiciones
- ❖ Contexto de la Organización
- ❖ Liderazgo
- ❖ Planificación
- ❖ Soporte
- ❖ Operación

- ❖ Evaluación del Desempeño
- ❖ Mejora

**2.3.4 Modelo Scoring:** Es un sistema de evaluación que permite, a partir de un conjunto de variables cualitativas y cuantitativas, pronosticar la probabilidad de cancelación de la deuda de un deudor.

El uso de scoring se ha fomentado desde los años noventa con el fin de mitigar el riesgo de crédito de las solicitudes y buscar los clientes que concuerden con el perfil requerido por la entidad, con el fin de dar cumplimiento a lo establecido por el ente regulador en cuanto a la ejecución de un sistema de riesgo que disminuya las posibles pérdidas económicas por medio del cuidado de cada una de las etapas que comprenden el ciclo de crédito, en este caso, de manera específica, el otorgamiento.

### **3. METODOLOGÍA**

#### **3.1 Unidad de análisis**

Se analizó a las MIPYMES ya que son la espina dorsal de la mayoría de las economías del mundo y representan un papel fundamental en los países en vía de desarrollo, aunque cuentan con un número reducido de trabajadores, por lo que tienen un moderado volumen de ventas. Pero su principal dificultad es acceder a financiamiento.

#### **3.2 Población**

Para la presente investigación se han tomado como base de análisis a las MIPYMES que son pequeñas y micro empresas mercantiles, industriales o de otro tipo que tiene un número reducido de empleados y tiene ingresos moderados. Son los primeros motores de empleos de un país. En Ecuador las Mipymes tratan de buscar siempre ventaja competitiva en relación con las empresas grandes, dando al cliente mejor calidad y un mejor trato al talento humano.

Para este proyecto se tomará en cuenta las MIPYMES de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca que son los principales centros industriales y comerciales del Ecuador.

### Clasificación de empresas de acuerdo con su tamaño a diciembre del 2018

	PEQUEÑA	MICRO	TOTAL
QUITO	7215	11185	18400
GUAYAQUIL	7463	16319	23782
CUENCA	951	1599	2550
<b>TOTAL</b>	<b>15629</b>	<b>29103</b>	<b>44732</b>

**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** Johanna Cedillo

Este proyecto estará enfocado en empresas que buscan crecimiento, expansión o buscan incursionar en nuevas alternativas de negocio. La población total que se tomó en cuenta para este trabajo es 44732 empresas que representan las MiPymes de las principales ciudades de Ecuador.

### 3.3 Tamaño de muestra

La muestra que se tomó de todas empresas (micro y pequeña) a nivel nacional y serán determinadas con un nivel de confianza del 95%, y un margen de error del 5%.

$$n = \frac{Z^2 \sigma^2 N}{e^2(N-1) + Z^2 \sigma^2}$$

$$\frac{1.96^2 \times 0.5^2 \times 44732}{0.05^2(44732 - 1) + 1.96^2 \times 0.5^2}$$

$$\frac{42942.72}{112.79} = 381$$

### **3.4 Selección de muestra**

La aplicación de la fórmula para el cálculo de la muestra presenta un valor de 381 empresas, a las cuales se realizó una encuesta vía on – line estructurada para obtener sus apreciaciones respecto al otorgamiento de créditos a los emprendedores de las principales ciudades que son Quito, Guayaquil y Cuenca.

### **3.5 Métodos a emplear ¿Cuál y para qué?**

El presente trabajo utilizó el Método Analítico – Sintético, ya que se partió de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), luego se integró esas partes para estudiarlas de manera integral (síntesis) (Bernal, 2010). Este método nos permitió visualizar de forma más detallada las diferentes teorías de la metodología en el presente trabajo y luego relacionarlas de manera completa como un todo.

También el Método Inductivo – Deductivo. Este método se basa en la lógica y estudia hechos particulares, aunque es deductivo por un lado (parte de lo general a lo particular) e inductivo en sentido contrario (va de lo particular a lo general) (Bernal, 2010). Esta técnica se utilizó para conocer, observar un mercado en particular, sus comportamientos, características para luego realizar estrategias efectivas de acuerdo con el nicho al que vamos a llegar.

### **3.6 Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias y secundarias**

#### **3.6.1 Fuentes Primarias**

Son aquellas de las cuales se consiguió información directa, es decir, de donde se origina. También tratada como información de primera mano. Estas fuentes son las personas, las organizaciones, los acontecimientos, el ambiente natural, por lo tanto, la fuente de información primaria será un estudio de mercado en donde a partir de la observación, encuestas y entrevistas directas se obtendrá información relevante para la

presente investigación (Bernal, 2010). La fuente primaria que se tomó en este proyecto es la base de datos interna de los clientes de la institución bancaria.

### 3.6.2 Fuentes secundarias

Son aquellas que ofrecen información sobre el tema que se va a investigar, pero que no son la fuente original, sino que solo los referencian. Las principales fuentes secundarias son: libros, revistas, documentos escritos (en general, todo medio impreso), documentales, noticieros y los medios de información. Las fuentes de información secundaria que se utilizarán son:

- ✚ INEC – Directorio de empresas 2018
- ✚ Informe GEM – Ecuador 2018
- ✚ Superintendencia de Compañías
- ✚ Servicio de Rentas Internas – SRI
- ✚ Universidades locales

### 3.7 Técnicas de recolección de datos ¿Cuáles y para qué?

Técnica de revisión Bibliográfica: nos permitió identificar, comprender e identificar las necesidades que se relacionan en el tema de estudio como los análisis de cada autor, los métodos que fueron aplicados en sus investigaciones. Personas que intervienen en estudio lo cual nos consintió ver cuáles fueron las razones para escoger el tema, con la lectura se pudo definir los objetivos.

Encuesta: Las encuestas son entrevistas que se realiza a un gran número de personas utilizando instrumentos como las encuestas prediseñadas. Según el autor, el método de encuesta contiene un cuestionario estructurado que se da a los encuestados y que está diseñado para obtener información específica (Naresh, 2002). Esta técnica fue aplicada a las Mipymes de las principales ciudades de Ecuador que son Quito, Guayaquil y Cuenca. Que nos permitió después de un análisis completo, realizar la implementación de la metodología para el otorgamiento de

crédito a las grandes, pequeñas, medianas y microempresas como también en el análisis de la colocación y recuperación de la cartera otorgada en este tipo de créditos. En la que se presente informes del comportamiento de las diferentes variables (concesión, morosidad y mitigar el riesgo de crédito) del otorgamiento del crédito del Banco del Pacífico.

### **3.8 Herramientas utilizadas para el análisis e interpretación de la información**

Dentro de la presente investigación se ha definido como las principales herramientas para el análisis e interpretación de información a los siguientes:

**3.8.1 MS Power BI.** Es una aplicación que permite el análisis de bases de datos de distintos tipos, con presentaciones gráficas, de igual manera actualización de datos a tiempo real, lo que resulta una herramienta atractiva para generar dashboard gerenciales (Martinez y Miranda, 2017).

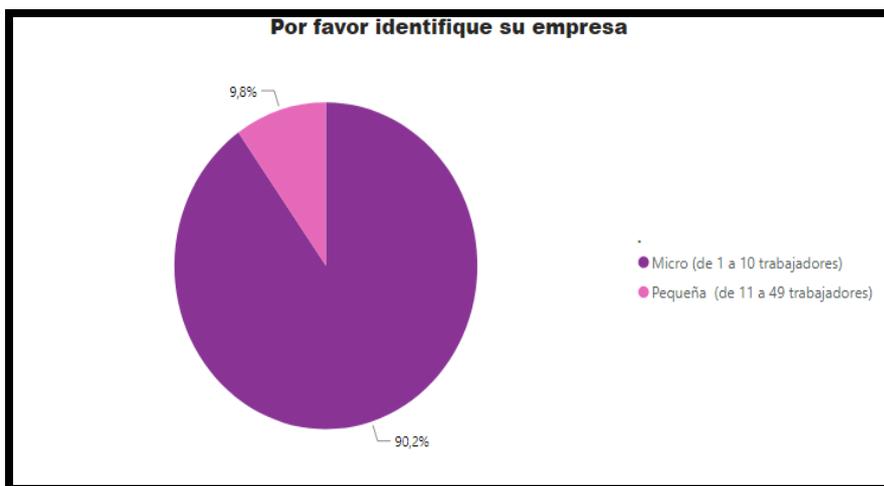
## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1 Análisis, interpretación y discusión de resultados

La presente encuesta fue realizada a trescientas ochenta y nueve empresas de las ciudades principales como son: Quito, Guayaquil y Cuenca; que se utilizaron para verificar la viabilidad de ofrecer este tipo de crédito a las Mipymes. Los resultados que se obtuvieron sirven de soporte para proponer una metodología para aplicar este producto a la entidad financiera.

### ENCUESTA SOBRE OTORGAMIENTO DE CRÉDITO A LAS MIPYMES PARA EMPRENDIMIENTO E INVERSIÓN

#### 1. Por favor identifique su empresa



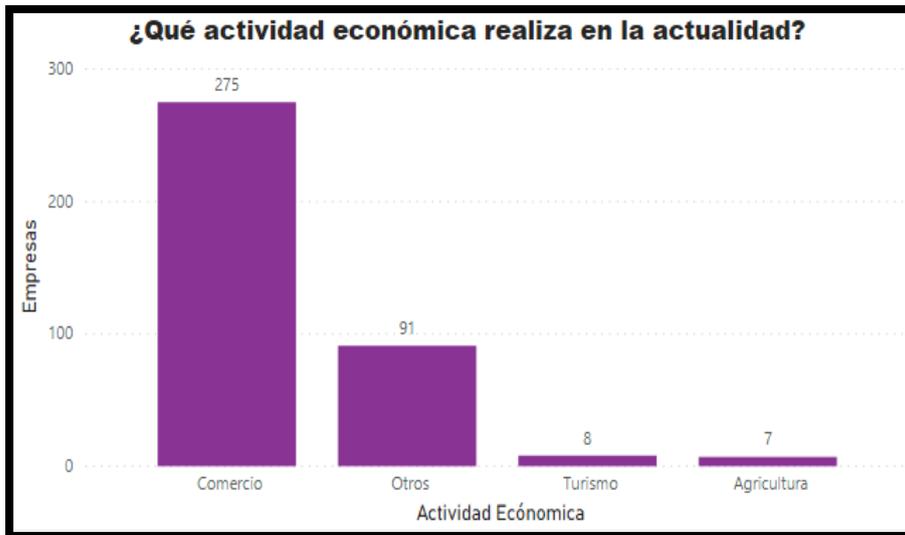
**Elaborado por:**  
Johanna Cedillo

**Fuente:**  
Investigación de  
Mercado

**Interpretación:** La mayoría de encuestados pertenece a Micro empresas con un 90.2%; que comprende entre 1 a 10 trabajadores.

Las empresas son entidades formadas por personal capacitado con una misma visión con la finalidad de cumplir los objetivos propuestos. Las microempresas poseen menos de 10 trabajadores y son los actores principales en el desarrollo productivo de un país.

## 2. ¿Qué actividad económica realiza en la actualidad?



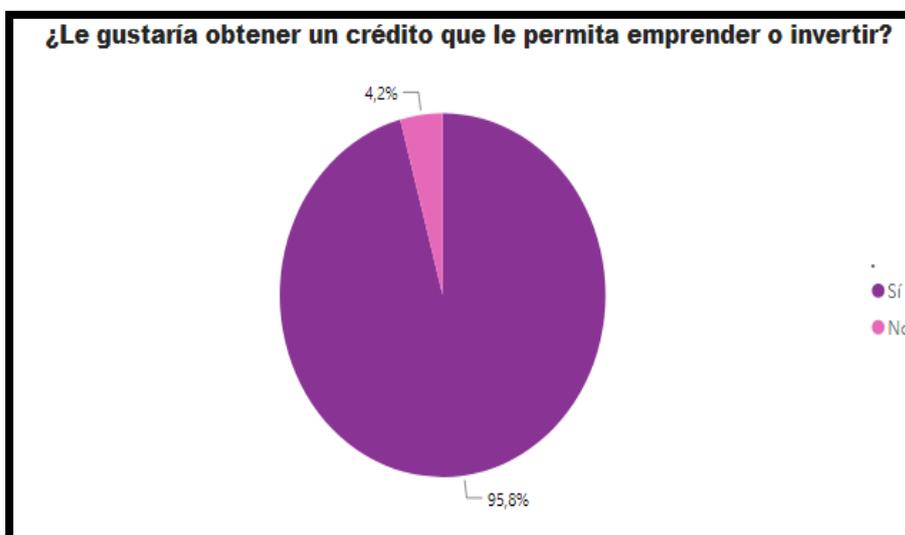
**Elaborado por:** Johanna Cedillo

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Interpretación:** La mayoría de las empresas encuestadas 275 se dedica actualmente al comercio y solo 7 a la agricultura.

Las empresas en la actualidad pueden tener como actividad económica: la producción, comercialización y prestación de servicios a la población. En este caso podemos ver que la mayoría de las empresas se dedican a la comercialización de productos y servicios.

## 3. ¿Le gustaría obtener un crédito que le permita emprender o invertir?



**Elaborado por:** Johanna Cedillo

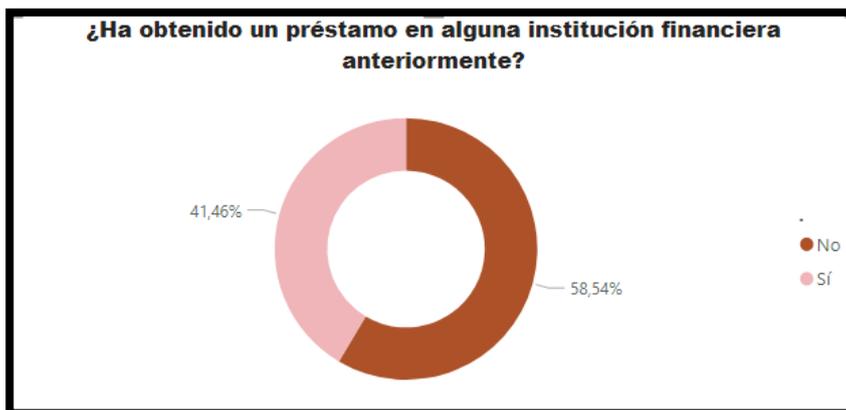
**Fuente:** Investigación de Mercado

**Interpretación:** El 95.8% está dispuesto a obtener un crédito que le permita emprender.

Un crédito representa un beneficio para los pequeños y medianos negocios, ya que les permitirá a los clientes crear nuevos emprendimientos, mejorar la estructura de su negocio.

#### 4. ¿Ha obtenido un préstamo en alguna institución financiera anteriormente?

A partir de la pregunta #4 solo 16 empresas encuestadas contestan hasta la pregunta #6 ya que son las empresas que respondieron que “No” están dispuestos a solicitar un crédito.



**Elaborado por:**

Johanna Cedillo

**Fuente:**

Investigación de

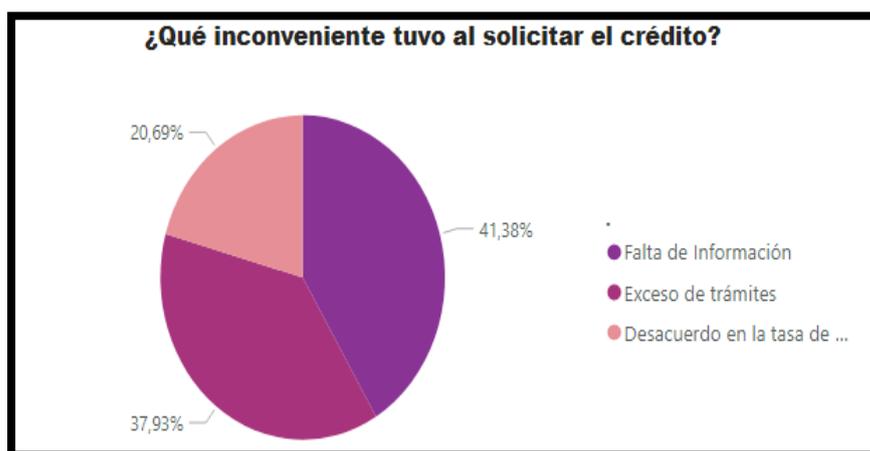
Mercado

**Interpretación:** La mayoría de las empresas que no desearon obtener un crédito, el 58.54% no han accedido a ningún crédito y el 41.46% si han tenido un crédito en algún momento.

Algunas empresas dependen de sus propios recursos y del financiamiento que les aportan los proveedores para el funcionamiento de su negocio, por lo cual no es necesario para ellos buscar financiamiento.

## 5. ¿Qué inconveniente tuvo al solicitar el crédito?

- Falta de Información
- Desacuerdo en la tasa de interés
- Requisitos difíciles
- Exceso de trámites
- Negación del crédito



**Elaborado por:**

Johanna Cedillo

**Fuente:**

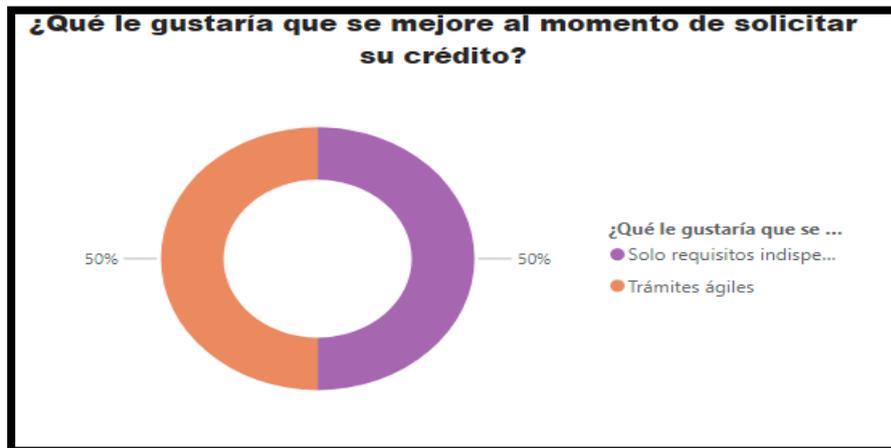
Investigación de Mercado

**Interpretación:** El 41.38% de empresas que solicitaron un crédito tuvieron inconvenientes al no recibir la información completa; 20.69% estuvo en desacuerdo con la tasa de interés.

En la actualidad se han visto enfrentados a una escasa disponibilidad de instrumentos financieros que sean adecuados a las necesidades de las Mipymes como los plazos, tasas y la falta de información al momento de solicitar un crédito, lleva que estas empresas desistan del crédito y dependan del giro del negocio.

## 6. ¿Qué le gustaría que se mejore al momento de solicitar su crédito?

- Mayor información
- Trámites ágiles
- Mejor tasa de interés en el mercado
- Solo requisitos indispensables
- Mayor plazo



**Elaborado por:**

Johanna Cedillo

**Fuente:**

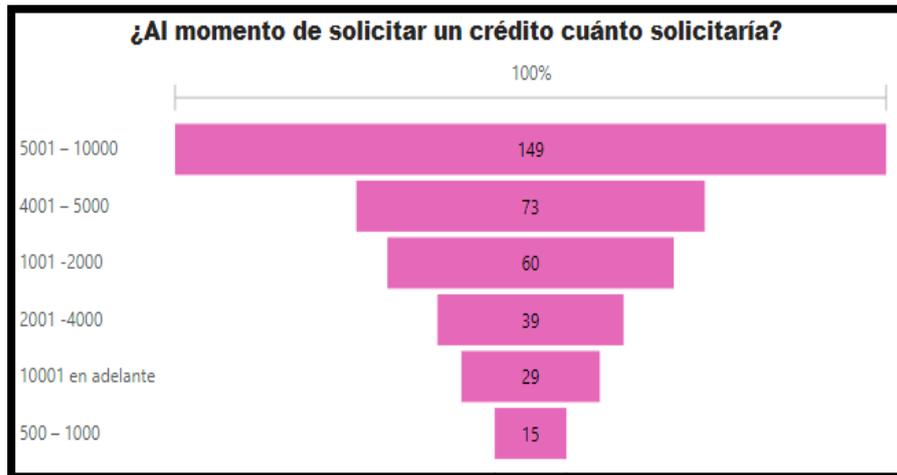
Investigación de Mercado

**Interpretación:** El número de empresas encuestadas se encuentra dividido entre requisitos indispensables y trámites ágiles al momento de solicitar un crédito.

Es importante mejorar los procedimientos que nos permita analizar, evaluar y aprobar las operaciones crediticias en un menor tiempo. Al cliente se debe entregar información clara y precisa con los requisitos indispensables.

## 7. ¿Al momento de solicitar un crédito cuánto solicitaría?

A partir de la pregunta #7, solo contestarán 365 empresas encuestadas que contestaron “SI” desearían obtener un crédito para emprender o invertir



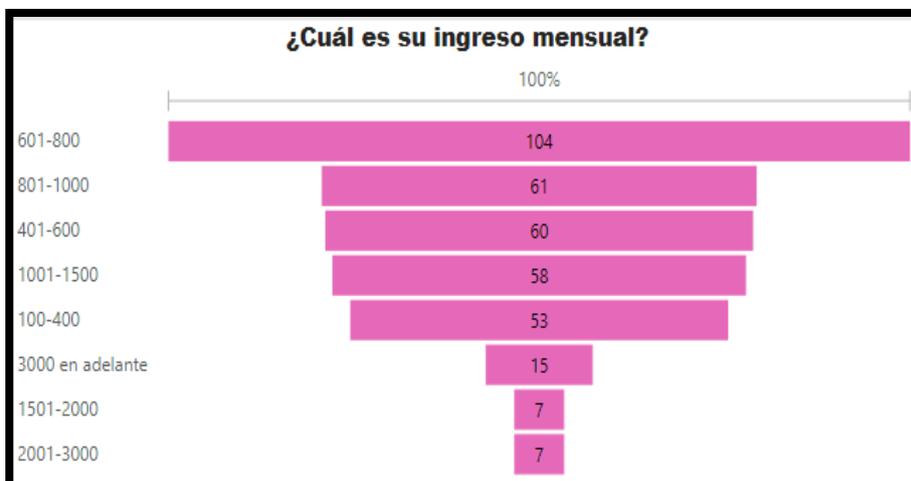
**Elaborado por:** Johanna Cedillo

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Interpretación:** La mayoría de las empresas desearía solicitar entre \$5001 hasta \$10.000, que les permitiría cubrir las necesidades de sus organizaciones. 73 empresas pedirían entre \$4001 hasta \$5000.

El monto por solicitar dependerá de las características de la empresa, en el cual se debe analizar con las 5 “C” (carácter, capacidad, capital, colateral, condiciones), que nos permite ver la solvencia del prestatario antes de concederle un crédito.

## 8. ¿Cuál es su ingreso mensual?



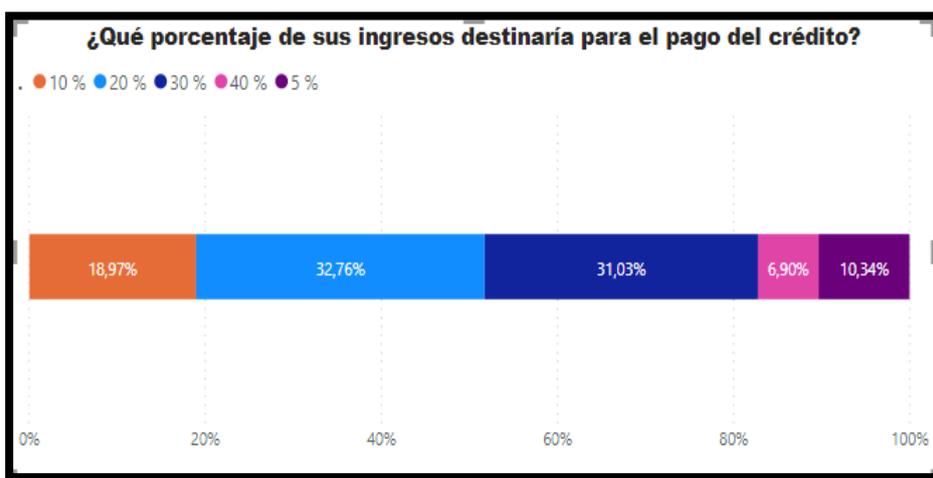
**Elaborado por:** Johanna Cedillo

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Interpretación:** 104 empresas tienen ingresos entre \$601 hasta \$800 y solo 7 empresas tienen ingresos mayores de \$3000.

Las instituciones financieras evalúan la capacidad de pago del deudor por medio de sus ingresos y flujos financieros, para poder otorgar un crédito.

### 9. ¿Qué porcentaje de sus ingresos destinaría para el pago del crédito?



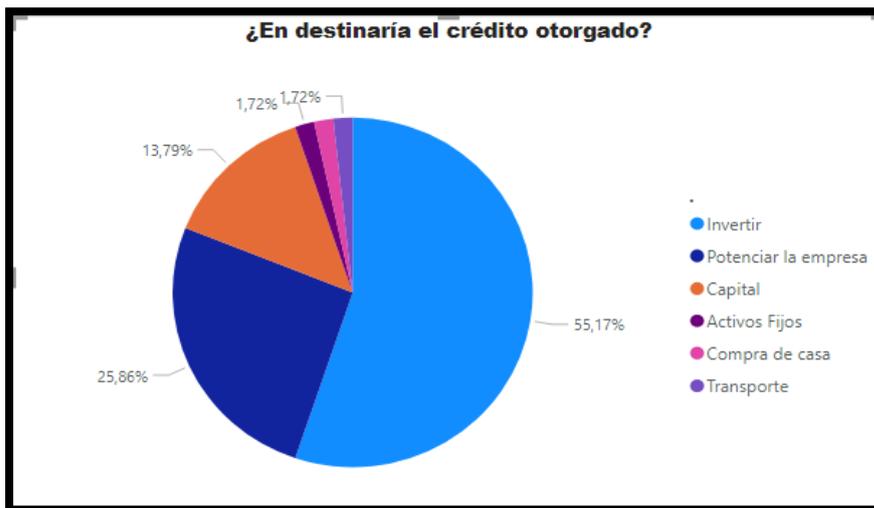
**Elaborado por:** Johanna Cedillo

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Interpretación:** El 32.76% de empresas desean destinar el 20% de sus ingresos al pago del crédito; el 31.03% destinarían el 30%; y solo el 6.90% destinaría el 40%.

Los expertos calculan que el límite de capacidad de endeudamiento es entre el 35% y 40% de los ingresos netos mensuales, es decir, el resultado de la resta de los ingresos totales y gastos fijos en un mes.

## 10. ¿En qué destinaría el crédito otorgado?



**Elaborado por:**

Johanna Cedillo

**Fuente:**

Investigación de

Mercado

**Interpretación:** El 55.17% de empresas encuestadas desea invertir el dinero en la empresa; el 13.79% desea colocar como capital. Y varias empresas se encuentran divididas entre utilizar para la compra de activos fijos, transporte y la compra de una casa para utilizarla como instalación de la empresa.

Según Cabrera (Cabrera, 2017), “un crédito representa un beneficio para los pequeños y medianos negocios, debido a que ayudan a crearlos, modernizarlos, mejorar su infraestructura y cubrir costos y pagos imprevistos”

## 11. ¿En qué tiempo le gustaría cancelar?



**Elaborado por:**

Johanna Cedillo

**Fuente:**

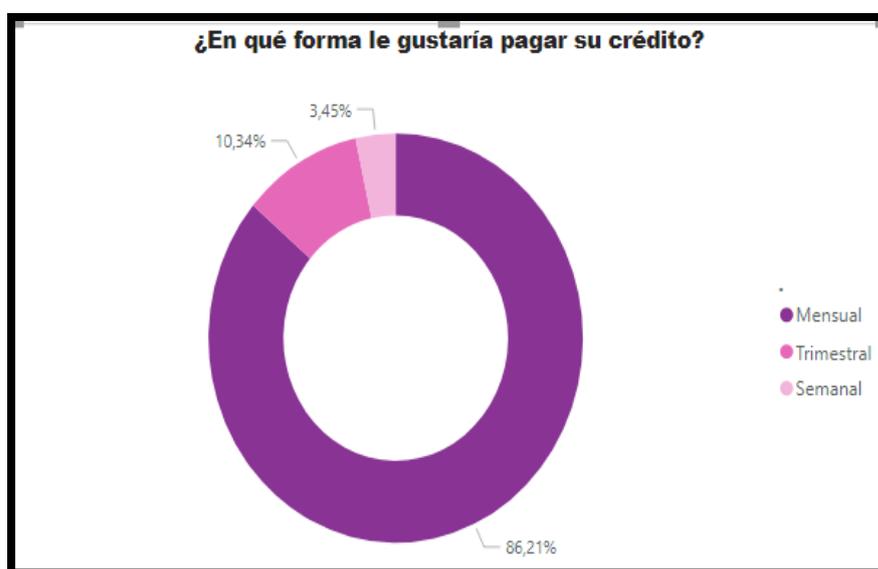
Investigación de

Mercado

**Interpretación:** El 70.69% de empresas encuestadas les gustaría cancelar a mediano plazo; el 20.69% pagarían sus créditos en un largo plazo; y el 8.62% a un corto plazo que corresponde de tres a seis meses.

El plazo es el tiempo en el que se va a utilizar el préstamo esto dependerá de cada empresa, para que pueda cancelar sus obligaciones obtenidas en cuotas desde el inicio del contrato hasta el final, devolviendo así la totalidad del crédito y sus intereses.

## 12. ¿En qué forma le gustaría pagar su crédito?



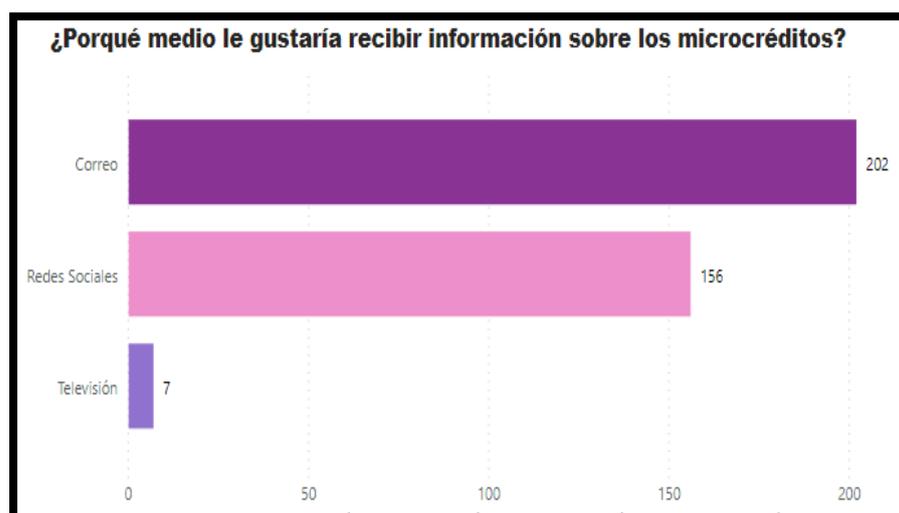
**Elaborado por:**  
Johanna Cedillo

**Fuente:**  
Investigación de  
Mercado

**Interpretación:** La mayoría de las empresas pagarían sus créditos en cuotas mensuales; el 10.34% les gustaría cancelar de forma trimestral y solo el 3.45% pagarían en forma semanal.

Dependerá de las características de la empresa y las condiciones del crédito, que nos permite minimizar el riesgo que se pueda presentarse en situaciones que impidan cumplir sus obligaciones.

### 13. ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre los microcréditos?



**Elaborado por:** Johanna Cedillo

**Fuente:** Investigación de Mercado

**Interpretación:** 202 empresas encuestadas les gustaría recibir información de los créditos por medio de sus correos electrónicos en donde pueden ver con más detalle los requisitos necesarios. 156 empresas desearían ver por medio de redes sociales ya que en la actualidad son lo que más usan para publicitar sus productos o servicios.

Establecer estrategias de marketing y entregar un contenido que nos permita atraer al cliente con información clara y precisa de el crédito que se está ofreciendo. Ya que el objetivo es que el cliente tenga conocimiento sobre el crédito.

## 4.2 Propuesta Metodológica o Tecnológica

En la realización de las encuestas se pudo verificar que los créditos a las Mipymes son factibles por el nivel de aceptación que se obtuvo, por lo cual para este tipo de créditos la propuesta metodológica se planea la realización de cuatro etapas:

### 1. Proceso de Solicitud del crédito

- ✓ El cliente solicitará personalmente a su funcionario o Ejecutivo de Negocios la información respectiva para poder acceder al crédito.

- ✓ El Funcionario escuchará detenidamente las necesidades del cliente y le explicará cuál es la tasa respectiva para este tipo de crédito, las características de este producto, el plazo al cual puede acceder y en que puede destinar este crédito. También las alternativas de seguros que ofrece el banco para este crédito.

**Condiciones Para El Otorgamiento Del Crédito:**

**1. Dirigidos a:**

Personas Naturales o Jurídica:

- 1) Microempresas con ventas hasta \$ 100,000.00 al año
- 2) Pequeñas Empresas con ventas hasta \$ 1,000,000.00 al año
- 3) Medianas Empresas con ventas solo hasta \$ 2,000,000.00 al año

**2. Montos de Financiamiento:**

- Microempresas: hasta \$ 30,000.00
- Pequeñas Empresas: hasta \$ 300,000.00
- Medianas Empresas: hasta \$ 500,000.00

**3. Porcentaje de ingresos que se tomará en cuenta para el análisis de la capacidad de pago**

- Para micro: Comprometer máximo el 40% del ingreso neto
- Para pyme y empresarial: índice cobertura de deuda igual o mayor a 1.5

<b>CARACTERISTICAS</b>	
<b>Producto</b>	PRÉSTAMO MICROCREDITO
<b>Facilidad</b>	PCM
<b>Monto de financiamiento</b>	Monto Mínimo = \$ 500.00
	Monto Máximo= \$ 30,000,00
<b>Plazo de financiamiento</b>	Mínimo 12 Meses (360 días)
	Máximo 36 meses (1080 días)
<b>Frecuencia de Pago</b>	Mensual
	En casos especiales en que las actividades sean cíclicas pueden ser trimestral o semestral. (Trimestral o Semestral)
<b>Tipo de Crédito</b>	Micro-Comercial
<b>Tipo de Tabla</b>	Cuotas capital fija
	Amortización Gradual
<b>Período de gracia de capital</b>	Hasta 6 meses
<b>Período de gracia de Interés</b>	Hasta 6 meses
<b>Período de recuperación del interés de gracia</b>	A partir del dividendo siguiente a la finalización del período de gracia hasta el plazo restante de la operación.
<b>Destino del Crédito</b>	Capital de Trabajo
<b>Tasa de arranque</b>	Tasa Fija – Microcrédito:
	Acumulación Simple
	Acumulación Ampliada
<b>Garantías</b>	Cobertura del 80% del Fondo Nacional de Garantía; 20% Riesgo limpio BdP
	Para clientes BdP se usarán sus garantías reales ya constituidas a favor del Banco siempre que estas cubran el monto solicitado de acuerdo con las pólizas de crédito vigente.
<b>Financiamiento</b>	100%

- ✓ Se le entregara al cliente un folleto en el cual este toda la información correspondiente del crédito y una ficha de Datos que podemos ver en el Anexo 1.
- ✓ El Funcionario revisa la ficha de datos entregada por el cliente y garante si fuera el caso se encuentre toda la información completa.
- ✓ Precalifica el crédito por medio de un simulador, verifica el buro de crédito y revisa el historial crediticio del cliente. Una vez que se tiene la información completa y se verifica su capacidad de pago se otorga el crédito por el monto solicitado o se le ofrece un valor menor para que pueda cubrir, de acuerdo con las garantías de Crédito del producto.
- ✓ Se debe verificar si el cliente mantiene una cuenta en la institución bancaria, de no ser el caso se apertura una cuenta.

## **2. Proceso de Verificación de Referencias**

- ✓ En este proceso se verifica la información dada por el cliente como son referencias comerciales, cuentas, tarjetas de crédito.
- ✓ El funcionario envía al Jefe de verificación de referencias los datos para que verifique las cuentas, inversiones y los reportes bancarios de las instituciones locales que tenga cuentas y tarjetas de crédito.
- ✓ Realiza llamadas para verificar las referencias personales, comerciales que tenga la empresa.
- ✓ Se recibirá un correo de los bancos locales con la información solicitada como: la fecha de apertura, saldos promedio
- ✓ El jefe una vez que haya verificado la información envía un correo al funcionario indicando el número de solicitud, los datos del cliente que se verifico los datos y el resultado.
- ✓ Si el resultado es negativo se le comunica al cliente que se necesita nuevas referencias o que esta sea corregida. En el caso de ser positiva se continua con el proceso del crédito.

### 3. Proceso de Análisis y Aprobación de Crédito

- ✓ Se actualiza los datos del cliente en el sistema como: activos, pasivos, patrimonio, ingresos y egresos.



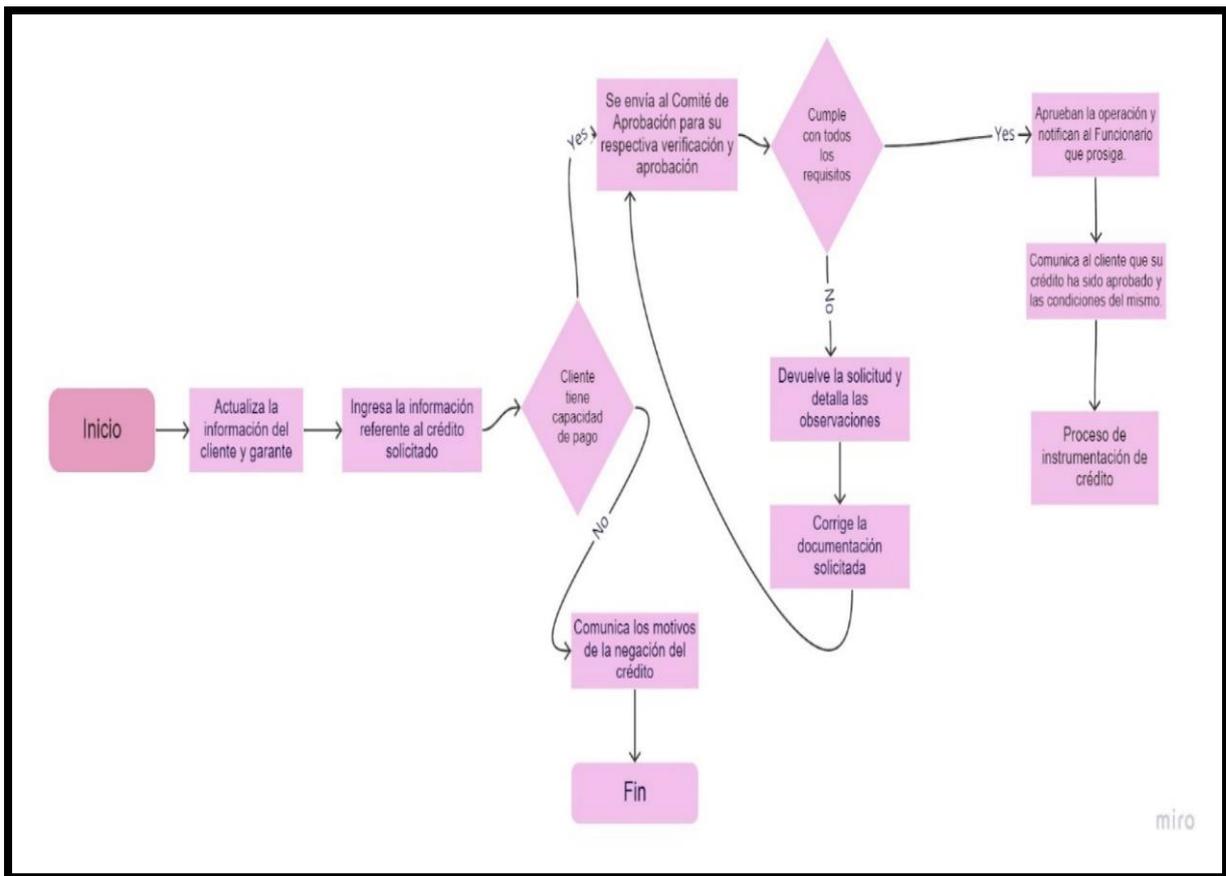
FLUJO DE CAJA PROYECTADO		PERIODO DE TIEMPO - ANUAL			
		2020	2021	2022	2023
<b>SALDO INICIAL</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS	VENTAS EN EFECTIVO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	COBRO DE CUENTAS A CRÉDITO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	<b>TOTAL INGRESOS</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS	COMPRA DE MERCADERÍA	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	PAGO A PROVEEDORES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	SALARIOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	SERVICIOS BÁSICOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	IMPUESTOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	OTROS EGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO OPERATIVO</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS NO OPERATIVOS	VENTAS DE ACTIVOS FIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	PRÉSTAMOS RECIBIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS NO OPERATIVOS</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERATIVOS	PAGO DEUDAS BANCARIAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	OTROS PAGOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE CAJA NETO</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>FLUJO DE CAJA ACUMULADO</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

CRECIMIENTO ANUAL DE INGRESOS 3%

CRECIMIENTO ANUAL DE GASTOS 2%

- ✓ Se ingresa la información al aplicativo Credit Scoring detallando el monto a pedir, destino del crédito, plazos, tasas, información financiera del cliente.
- ✓ Si el cliente no cuenta con la capacidad de pago y en el Scoring muestra un resultado positivo, se le notifica al cliente las razones por la cual no se pudo dar el crédito y se devuelve la carpeta al cliente. Fin Proceso
- ✓ En el caso que el cliente tenga la capacidad de pago, pero en el Scoring muestra un resultado negativo se le solicitará al cliente garantías para la aprobación.
- ✓ Se envía al Comité de Aprobación para su respectiva verificación y aprobación. En el caso de no estar de acuerdo con sustento del crédito se enviará al Funcionario para que corrija las inconsistencias encontradas. Si todo esta correcto aprueban la operación y notifican al Funcionario que prosiga.
- ✓ A su vez comunica al cliente que su crédito ha sido aprobado y las condiciones de este.

## Diagrama de Proceso de Análisis y Aprobación de Crédito



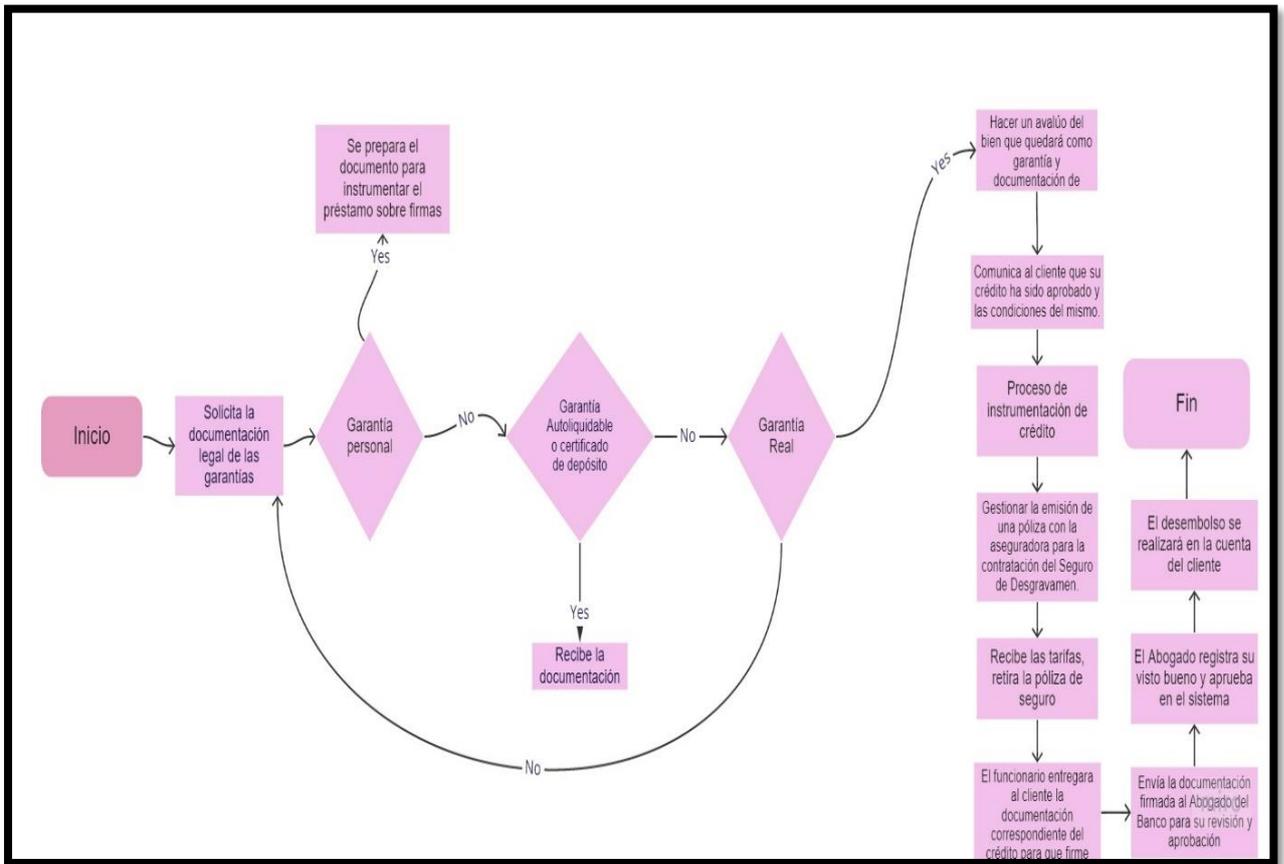
Elaborado por: Johanna Cedillo

### 4. Proceso de Instrumentación del Crédito

- ✓ El funcionario le pide al cliente la documentación legal de las garantías que puede ser hipotecarias, prendarias, garantías bancarias de acuerdo con el riesgo del cliente.
- ✓ En el caso de que se concedido el crédito con garantía personal se prepara el documento para instrumentar el préstamo sobre firmas.
- ✓ En el caso de un certificado de depósito éste deberá ser cedido al banco con una carta de autorización que cuente con todas las firmas.
- ✓ En el caso de ser una hipoteca se deberá hacer un avalúo del bien que quedará como garantía y documentación de soporte.
- ✓ Se le entregará al abogado del Banco la documentación correspondiente de la hipoteca o prenda se encuentre inscrita en el registro para el file del crédito al cliente.

- ✓ Se procede a gestionar la emisión de una póliza con la aseguradora para la contratación del Seguro de Desgravamen.
- ✓ La Aseguradora procesa la información del cliente en el caso de que el crédito sea con hipoteca o prenda. Y envía la tarifa de seguro de desgravamen.
- ✓ El funcionario entregara al cliente la documentación correspondiente del crédito (convenios, tablas de amortización, carta de aceptación del seguro) para que sean firmados.
- ✓ El funcionario envía la documentación firmada al Abogado del Banco para su revisión y aprobación.
- ✓ El abogado verificará que los nombres, número y firmas del cliente, garante y su cónyuges de ser el caso, que aparezcan en el Contrato y que coincidan con las cédulas de identidad.
- ✓ Una vez que todo este correcto el Abogado registra su visto bueno y aprueba en el sistema e ingresa la fecha en la que se realizará el desembolso.
- ✓ El desembolso se realizará en la cuenta del cliente o se emitirá un cheque de emergencia según lo solicitado por el cliente.

## Diagrama de Proceso de Instrumentación del Crédito



**Elaborado por:** Johanna Cedillo

### Definición del público objetivo y características

Una vez verificado la aceptación en el estudio de mercado a las Mipymes (pequeñas y micro) de las ciudades principales como son: Quito, Guayaquil y Cuenca; nos permitió conocer las necesidades y características que debería tener el producto de otorgamiento de crédito para las Mipymes que con las necesidades y acompañe a los emprendimientos, para esto es necesario conocer el público objetivo y bajo los estudios definidos por el INEC en la población económicamente activa, nivel socioeconómico y los estudios de GEM: intención de emprender.

El 52% de los ecuatorianos manifiestan intención de emprender, siendo el segundo porcentaje más alto en la región. Sin embargo, este sueño se ve afectada por el temor al fracaso que se convierte, en algunos casos, en una barrera para emprender. Entre los emprendedores (TEA),

el 71% de quienes perciben oportunidades en el entorno, manifiestan su intención de emprender nuevamente en los próximos tres años; y el 61% de quienes no perciben oportunidades, (GEM, 2017).

### **Variables para emprender**

Antes de realizar un emprendimiento se debe tomar en consideración las siguientes variables que les permitirá tener éxito al momento de iniciar un negocio.



**Elaborado por:** Johanna Cedillo

Tomando en consideración la investigación de mercado que se realizó en el presente trabajo y que se obtuvo una aceptación de poner al mercado créditos destinados específicamente para las Mipymes. Se ha tomado en cuenta la siguiente segmentación.

- ✓ El producto va a estar disponible en todo el Ecuador, es decir, en todas las Agencias del Banco de Pacífico.
- ✓ El crédito se aplicará para todas las empresas que tengan como actividad económica el Comercio.

- ✓ Se tomará en cuenta las empresas que estén dispuestas a emprender en la innovación tecnológica.
- ✓ Se dará a conocer este producto a través de redes sociales, correo electrónico, entre otros.
- ✓ El monto solicitado dependerá del tipo de empresas y los ingresos obtenidos durante el inicio de su negocio.

#### **4.2.1 Premisas y Supuestos**

La premisa primordial para la aplicación de este modelo resultante de la investigación realizada se basa en la decisión del departamento de Investigación de Proyectos del Banco del Pacífico, de crear en su portafolio un nuevo producto como el crédito para las Mipymes verificando las necesidades del mercado objetivo y aprovechando la oportunidad de la aceptación que tuvo esta propuesta. Al ofrecer un nuevo producto financiero se debe someter a varias pruebas de mercado y ajustarlo a los lineamientos para los clientes que deseen obtener este tipo de crédito para emprender o invertir en su negocio o empresa, para lo cual el resultado de la presente investigación basada en el otorgamiento de créditos a las Mipymes para emprender o invertir les permitirá al banco ampliar su portafolio de productos y servicios de acuerdo al nivel de aceptación que tuvo en la investigación de mercado que se realizó a las principales ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.

#### **4.2.2 Objetivo de la propuesta metodológica**

El objetivo primordial de la propuesta metodología es establecer parámetros y lineamientos para la otorgación de créditos a las Mipymes en el Banco del Pacífico de acuerdo con las necesidades de los empresarios.

### **4.2.3 Objetivo de la Propuesta**

La propuesta metodológica se enfocará en los procesos de análisis del otorgamiento de los créditos a las Mipymes; con la finalidad de mitigar los riesgos a los que está expuesto el Banco del Pacífico al momento de otorgar este tipo de créditos, el cual permitirá analizar a cada uno de los clientes que soliciten el crédito y el flujo de sus empresas para mantener una buena rentabilidad de la entidad bancaria.

### **4.3 Responsables de la implementación y control**

El gerente nacional de procesos es el responsable de la implementación de esta metodología ya que permitirá conseguir ventajas competitivas para el Banco, con coordinación directa de los departamentos de riesgos, operaciones, tecnología y legal.

Estableciendo directrices generales para la implementación y manejo encaminados a apoyar al desarrollo de este nuevo producto con la satisfacción de las necesidades del cliente proporcionando una base documentada para la implementación, mantenimiento y mejoramiento continuo.

De la misma manera el control es responsabilidad de la unidad de análisis de crédito del Banco con el objetivo de establecer políticas efectivas para supervisar el cumplimiento de los objetivos.

### **4.4 Fases para la puesta en práctica**

La presente metodología es el primer acercamiento a una propuesta constituida con criterios técnicos para la aplicación, por ello debe cumplirse las siguientes fases:

#### **Fase 1: Socialización**

- ✓ **Información:** Se informa a los altos directivos sobre los alcances y características de la metodología de otorgamiento de crédito para las Mipymes.

- ✓ **Investigación:** Se identifica los impactos positivos y negativos en el medio social, económico.
- ✓ **Análisis:** Se analizan las condiciones encontradas por medio de una consulta, discusión y consenso entre los altos directivos, en base a esto se desarrollan estrategias para la mitigación del riesgo crediticio.
- ✓ **Desarrollo:** Se pone en marcha los acuerdos consensuados y documentados sobre la metodología de otorgamiento de créditos a las Mipymes.

## **Fase 2: Desarrollo de políticas y estrategias de mercado para contribuir al mejoramiento de productos y servicios financieros del Banco.**

- ✓ **Políticas:** Establecer las normativas en base a este nuevo producto regulándose en las políticas de calidad del Banco del Pacífico.
- ✓ **Mapeo de Procesos:** Permite visualizar la estructura de implementar los créditos a las Mipymes del Banco del Pacífico, ayudando a un mayor entendimiento de los procesos con el fin de ejecutarlos de manera óptima.
- ✓ **Benchmark:** Realizar un análisis de los procesos del crédito para crear estrategias que permitan mejorar la competitividad y diferenciarse de las demás instituciones financieras de manera continua.
- ✓ **Capacitación:** Todos los colaboradores son importantes para poner en práctica la metodología y que tengan pleno conocimiento para poder asesorar a los clientes y recomendarles la mejor opción a seguir.

## **Fase 3: Implementación.**

- ✓ Implementar el Modelo Scoring para los créditos en el sistema.
- ✓ Reclutar o designar al personal que va a realizar la metodología
- ✓ Capacitar a los funcionarios sobre la metodología de créditos a las Mipymes
- ✓ Preparar la documentación necesaria como manuales y materiales de la metodología a aplicar

- ✓ **Seguimiento y control:** Son los procesos necesarios para realizar el seguimiento, revisión y monitorización de la puesta en marcha de la metodología.

#### **Fase 4: Evaluación, retroalimentación y mejora continua.**

- ✓ **Evaluación:** Se medirá el grado de eficiencia y eficacia de la metodología planteada para el cumplimiento de los objetivos del proyecto. Se tiene que tener un monitoreo para evaluar si se está cumpliendo la planificación y ejecución de la metodología propuesta.
- ✓ **Reingeniería:** La metodología del presente trabajo deberán ser evaluadas y revisadas periódicamente, para corregir los aspectos que sean necesarios para tener sostenibilidad en el producto que está ofreciendo el banco a las Mipymes.

#### **4.5 Indicadores de evaluación**

Los indicadores que se tomarán en cuenta una vez que se implemente la propuesta metodológica

- ✓ Número de clientes o empresas que soliciten el crédito a las Mipymes
- ✓ Número de créditos aprobados por el Banco del Pacífico
- ✓ Monto del crédito desembolsado en el mes
- ✓ Monto del crédito objetivo
- ✓  $\text{Liquidez} = \text{Activos Corrientes} / \text{Pasivo Corriente}$
- ✓  $\text{Cartera en Riesgo} / \text{Cartera Riesgo total}$
- ✓  $\text{Capacidad de endeudamiento} = (\text{ingresos} - \text{gastos}) \times 0,35$
- ✓ Flujo de caja proyectado

## 5. CONCLUSIONES

Las Mipymes constituyen en nuestro país una esperanza por la capacidad que posee de fomentar innumerables oportunidades de negocios y que ayudan a mejorar la situación económica del país al dar otorgar más empleos.

En la actualidad existen pocas instituciones financieras que oferten créditos a este tipo de empresas ya que son de alto riesgo, por lo cual la mayoría de empresas realizan créditos de consumo, ya que son más fáciles de obtener y la tasa es más baja a comparación de las instituciones que ofrecen créditos especialmente para Mipymes.

En la investigación de mercado se pudo verificar que el 90.2% de empresas corresponde a microempresas y que la mayoría se dedica al comercio de productos y servicios. Por lo que también se pudo constatar que el 95.8% está dispuesto a adquirir un crédito que le permita invertir, incrementar su capital y potenciar su empresa para poder competir en el mercado.

De las 16 de empresas que respondieron que “No” desean solicitar un crédito, es porque al momento que solicitaron un crédito se les pidió realizar muchos trámites, también por la falta de información, lo cual crea disgustos y pérdida de tiempo.

La mayoría de las empresas encuestadas se dedican en la actualidad al comercio de productos, por lo cual el crédito a las Mipymes se destinará a emprendimientos o inversión con actividad económica de comercio de productos y servicios.

El proceso que debe seguir el Banco del Pacífico para entregar el crédito a las Mipymes es: 1) la solicitud del crédito en la cual se le entrega al cliente la información clara y detalla de los requisitos indispensables del crédito. 2) Verificación de referencias, una vez entregado los documentos por parte del cliente al funcionario; se verifica la información dada por el cliente como son referencias comerciales, cuentas, tarjetas de crédito, historial crediticio. 3) Análisis y Aprobación del crédito, se actualiza los datos del cliente en el sistema como: activos, pasivos, patrimonio, ingresos y egresos, también se ingresa la información al aplicativo Credit Scoring detallando el monto a pedir, destino del crédito, plazos, tasas, información financiera del cliente, para evaluar si tiene la capacidad de pago para asumir sus obligaciones. 4) Instrumentación del crédito: el cliente entrega la documentación legal de las garantías que puede ser hipotecarias, prendarias, garantías bancarias de acuerdo con el riesgo del cliente. El

abogado revisa la documentación que se encuentre correcta y da la aprobación para el desembolso del crédito a la cuenta.

## **6. RECOMENDACIONES**

- ✓ El financiamiento es un componente prioritario para el desarrollo y crecimiento de los microempresarios, por lo que El Banco del Pacífico debería de implementar a su portafolio este tipo de crédito permitiéndoles mantener sus operaciones y aumentando su capacidad productiva.
- ✓ Implementar políticas para la implementación de la metodología, para poder obtener las garantías que respaldaran este crédito y su recuperación.
- ✓ Capacitar a todo el personal para que pueda dar una información precisa al momento de que el cliente se acerque a pedir un crédito.
- ✓ Realizar un control cada año de la metodología para analizar si cumple con los lineamientos del Banco o se debería implementar nuevas políticas y procesos para mejorar el modelo y adecuarlo a las variables presentes en cada año.

## 7. REFERENCIAS BIOGRÁFICAS

- ✚ Alexander Osterwalder, Business Model Canvas, 2013.
- ✚ Alfonso Gimeno, V. (2010). La influencia de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones y su repercusión en las estrategias empresariales: La banca online y su aplicación en las cooperativas de crédito. Universitat de valència.
- ✚ Alvarado, S. P., & Arronte, K. M. F. La brecha del financiamiento y la importancia de la bancarización del mercado PYME en México. Trabajos finalistas, 50.
- ✚ Antón Seoane Pardo, Plataforma y Herramientas de e-Learning, Universidad de Salamanca.
- ✚ Bateman, T., Snella, S. Administración Liderazgo y colaboración en un mundo competitivo. México DF. México: McGraw Hill.
- ✚ Brachfield, P. (2009). Gestión del crédito y cobro. Barcelona: profit.
- ✚ Bribiesca, G., Carrillo, V., Corona, A., Cruz, R., Ramírez, Y., Ramírez, M., Torres, R. Tecnologías de información y comunicación en las organizaciones. México DF. México: Publicaciones Empresariales UNAM
- ✚ Cantos Garcia, X. A., & Espin Simbaña, A. C. (2019). Estudio sobre el uso del papel comercial como alternativa de financiamiento al crédito bancario para las PYMES radicadas en la ciudad de Quito durante el período 2015-2017 (Bachelor's thesis, Quito: UCE)
- ✚ Elías Salvador Readí Carvajal, Plan de Negocios de Plataformas, Universidad de Chile, 2017.
- ✚ González, R. M., & de la Torre, V. M. (2001). Marketing en el siglo XXI (p. 23). Centro de Estudios Financieros.
- ✚ Hernández, P. A. C. (2004). Aplicación de árboles de decisión en modelos de riesgo crediticio. Revista Colombiana de estadística, 27(2), 139-151.
- ✚ Hernandez, Z. Teoría general de la Administración. México DF. México: Grupo Editorial Patria.
- ✚ Katz, R. El papel de las TICS en el desarrollo. Barcelona. España. Editorial Ariel S.A.

- ✚ Koontz, H., Wiehrich, H., Cannice, M. Administración, una perspectiva global y empresarial. México DF. México: McGraw-Hill.
- ✚ Marcelo Barrios, Modelo de Negocio, Universidad América, abril 2017.
- ✚ Martín-Oliver, A., Simats, A. T., & Vicente, S. (2020). Cambio tecnológico, reestructuración bancaria y acceso a financiación de las PYME (Vol. 246). Ed. Universidad de Cantabria.
- ✚ Molina León, C. K., & Ruiz Quintero, C. L. (2020). Métodos de Financiamiento para PYMES (Doctoral dissertation, Corporación Universitaria Minuto de Dios).
- ✚ Monge, R. Alfaro, C., Alfaro, J. TICS en las Pymes de Centroamérica. Cartago. Costa Rica Editorial Tecnológica de Costa Rica
- ✚ Ochoa, P., Camilo, J., Galeano, M., Agudelo, V., & Gabriel, L. (2010). Construcción de un modelo de scoring para el otorgamiento de crédito en una entidad financiera. Perfil de Coyuntura Económica, (16), 191-222.
- ✚ Robbins, P., Coulter, M. Administración. México DF. México: Pearson.
- ✚ Rodríguez Castillo, Ester; Hernández Flores, Alberto D - Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría. CUJAE 2010.
- ✚ Rodríguez, C. E., & Patrón, X. S. (1997). El problema del financiamiento de la microempresa en el Perú. Ius Et Veritas, (15), 323-335.
- ✚ Samuelson, P., Nordhaus, W, Economía con aplicaciones a Latinoamérica.
- ✚ Superintendencia de Bancos,
- ✚ Tello, M., Blanco, H. J. E., & Tobias, L. (2013). Análisis y evaluación del nivel de riesgo en el otorgamiento de créditos financieros utilizando técnicas de minería de datos. Visión electrónica, 7(1), 13-26.
- ✚ Tello, S. (2014). Importancia de la micro, pequeñas y medianas empresas en el desarrollo del país. Obtenido de <https://doi.org/10.21503/lex.v12i14.623>
- ✚ Vázquez, S. (2012). CRÉDITO EMPRESARIAL SIMPLE VS REVOLVENTE: ¿CUÁNDO Y PARA QUÉ? ESTUDIOS ECONÓMICOS CNBV Volumen 1, 2012.
- ✚ Velásquez, R. E. A. (2007). El microcrédito como alternativa de crecimiento en la economía colombiana. Revista Ciencias Estratégicas, 15(17), 39-58.
- ✚ Vinanti, M. Las decisiones de financiamiento en las PYMES: Un caso exploratorio Pérez, Jorge Orlando Tamagno, Mario Raúl Conrero, Cristina.
- ✚ Virgilio Lasio, Global Entrepreneurship Monitor, Ecuador 2019-2020.pdf

- ✚ Zamora, W. M. M., Mieles, T. J. L., Ponce, E. A. H., & Ponce, S. X. H. (2019). La calidad total como fuente de ventaja competitiva en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) del Ecuador. RECIAMUC, 3(1), 963-984.
- ✚ Zikmund, W. G., Babin, B. J., Staines, G. M., & Quiñones, A. D. (1998). Investigación de mercados.

## 8. ANEXOS

### 8.1 Ficha de Datos para Créditos Mipymes

DATOS PERSONALES						
DESTINO DEL CREDITO			VALOR CREDITO:		PLAZO SOLICITADO:	
CIUDAD:						
DATOS DEL INTERESADO				DATOS FINANCIEROS (MENSUAL)		
Nombre:				INGRESOS		
Cédula de Identidad:		Teléfono domicilio:		Ventas		
Fecha de nacimiento:		Tiempo residencia en vivienda actual:		(-) Costo venta		
Tipo de vivienda: Propia <input type="checkbox"/> Arrendada <input type="checkbox"/> Familiar <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>				(+/-) Otros ingresos		
Dirección:				TOTAL INGRESOS		
Estado Civil:		Cargas familiares:		EGRESOS		
# de hijos y edades:				(-) Gastos de adm., vts., generales y fin.		
Nivel de Estudios: Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Técnica <input type="checkbox"/> Maestría <input type="checkbox"/> Doctorado <input type="checkbox"/>				Sueldos		
Profesión:				Comisiones		
Nombre del Negocio		Fecha del Ruc:		Suministros de oficina		
Actividad del negocio		Tiempo en la actividad		Arriendo		
Número de empleados:		Tipo de local:		Luz, agua, teléfono		
Teléfono del Negocio:		Direcc. Del Negocio:		Cuota seguros - negocios		
				Otros		
DATOS DEL CONYUGE				(-) Gastos familiares		
Nombre:				Alimentación		
Cédula de Identidad:		Fecha de nacimiento:		Arriendo		
Nivel de Estudios:		Profesión:		Educación		
Dependiente <input type="checkbox"/>		Independiente <input type="checkbox"/>		Transporte y movilización		
Nombre de la Empresa donde trabaja:				Vestuario		
Actividad de la empresa donde trabaja:				Cuota internet, cable, etc.		
Sector: Público <input type="checkbox"/> Privado: <input type="checkbox"/>				Diversión y paseos		
Cargo que ocupa:				(-) Otros egresos		
Fecha de ingreso en el trabajo / # del RUC:				Cuota hipoteca		
Tiempo de afiliación del IES:				Cuota tarjeta de crédito		
Dirección de trabajo:		Teléfono del trabajo:		Cuota de otras deudas bancarias		
				Cuota seguros - personales		
PATRIMONIO SOCIEDAD CONYUGAL				TOTAL EGRESOS		
Número de inmuebles: valor:				Nivel de ahorro neto (total ingresos - Total egresos)		
Número de vehículos: valor:				EXPLICAR:		
Total de propiedades: valor:				ORIGEN OTROS INGRESOS:		
Otros Activos				ORIGEN OTROS EGRESOS:		
Total Activos						
Total Pasivos						
Referencias Bancarias:		BANCO	CTA. No.	BANCO	TARJETA DE CREDITO No.	BANCO   POLIZA
<p>AUTORIZACION: AUTORIZO (AMO) AL BANCO DEL PACIFICO S.A. PARA QUE REVISE LA INFORMACION CONTENIDA EN EL PRESENTE DOCUMENTO, PARA EFECTOS DE INVESTIGACION Y ANALISIS. ASI MISMO AUTORIZO (AMO) AL BANCO DEL PACIFICO S.A. PARA QUE PUEDA REVISAR EN LA CENTRAL DE RIESGOS (BUROS DE INFORMACION CREDITICIA) MI (NUESTRA) EXPERIENCIA CREDITICIA.</p> <p>NOTA: DE CLARO CONOCER QUE EN CASO QUE LA INFORMACION PROPORCIONADA NO PUEDA SER VERIFICADA, EL BANCO PODRA MODIFICAR LA PRECALIFICACION QUE HAYA SIDO OTORGADA EN BASE A LOS DATOS A QUI CONSIGNADOS.</p> <p>EL PRESENTE DOCUMENTO NO CONSTITUYE EN SI MISMO SOLICITUD DE PRESTAMO, SINO TAN SOLO LA ENTREGA DE INFORMACION DE LOS DATOS PERSONALES PARA EFECTOS EXCLUSIVAMENTE DE INVESTIGACION Y ANALISIS.</p>						
_____ FIRMA DEL INTERESADO				_____ FIRMA DEL CONYUGE		

## 8.2 Encuesta

### ENCUESTA SOBRE OTORGAMIENTO DE CRÉDITO A LAS MIPYMES PARA EMPRENDIMIENTO E INVERSIÓN

La presente encuesta es de carácter académica y tiene el único objetivo de recopilar información sobre el “Otorgamiento de crédito a las MYPIMES” en la ciudad de Quito, Guayaquil y Cuenca, para lo cual solicito su valiosa colaboración respondiendo a las siguientes preguntas.

- 1) Por favor identifique su empresa
  - a) Pequeña (de 11 a 49 trabajadores)
  - b) Micro (de 1 a 10 trabajadores)
  
- 2) ¿Qué actividad económica realiza en la actualidad?
  - a) Agricultura
  - b) Ganadería
  - c) Comercio
  - d) Turismo
  - e) Minería
  - f) Ninguna
  
- 3) ¿Le gustaría obtener un crédito que le permita emprender o invertir?
  - a) Si
  - b) No

Si la respuesta fue negativa conteste hasta la pregunta 6.

Si la respuesta fue afirmativa siga a la pregunta 7.

4) ¿Ha obtenido un préstamo en alguna institución financiera anteriormente?

- a) Si
- b) No

5) ¿Qué inconveniente tuvo al solicitar el crédito?

- a) Falta de Información
- b) Desacuerdo en la tasa de interés
- c) Hipotecas
- d) Requisitos difíciles
- e) Exceso de trámites
- f) Negación del crédito

6) ¿Qué le gustaría que se mejore al momento de solicitar su crédito?

- a) Mayor información
- b) Trámites ágiles
- c) Mejor tasa de interés en el mercado
- d) Solo requisitos indispensables
- e) Mayor plazo

7) ¿Al momento de solicitar un crédito cuánto solicitaría?

- a) 500 – 1000
- b) 1001 -2000
- c) 2001 -4000
- d) 4001 – 5000
- e) 5001 – 10000
- f) 10001 en adelante

8) ¿Cuál es su ingreso mensual?

- a) 100 – 400
- b) 401 – 600
- c) 601 – 800
- d) 801 – 1000
- e) 1001 – 1500
- f) 1501 – 2000
- g) 2001- 3000
- h) 3001 en adelante

9) ¿Qué porcentaje de sus ingresos destinaria para el pago del crédito?

- a) 5%
- b) 10%
- c) 20%
- d) 30%
- e) 40%

10) ¿En qué destinaría el crédito otorgado?

- a) Capital
- b) Activos Fijos
- c) Invertir
- d) Potenciar la empresa
- e) Otros (especifique)

11) ¿En qué tiempo le gustaría cancelar?

- a) Largo plazo
- b) Mediano plazo
- c) Corto Plazo

12) ¿En qué forma le gustaría pagar su crédito?

- a) Mensual
- b) Semanal
- c) Trimestral

13) ¿Por qué medio le gustaría recibir información sobre los microcréditos?

- a) Redes Sociales
- b) Televisión
- c) Prensa
- d) Correo
- e) Otros